

# Madam Business®

listopad 2008

Žena, která se neztratí

## MOJE HLAVA V PRACOVNÍ DOBĚ

Eva Brixi


Červené listí Možná sníh  
 Políbek k tobě jede na saních  
 Zavírám oči Slyším smích  
 Zajíci tančí na polích  
 Slibuji Co už víš  
 Nebudu se s tebou hádat  
 Uvidíš  
 Teď mi nic neříkej  
 Ještě nespočet telefonátů a desítky příslibů  
 Padesát polibků po mailu  
 Sto firemních dopisů  
 A nespočet výpisů z mé vlastní pravdy  
 A jen pár pokynů mému týmu  
 Ty utíkej Ať to stihneš  
 Já pak taky půjdu Uprostřed noci  
 Už na začátku porady Myslím na kopce zmrzliny  
 Sjíždím po zábradlí  
 Zastavit nechci V žádném patře  
 Z okna vidím podzim Zima mu to natře  
 Spadl poslední listopad a první telegram  
 Přilétla vrána z kávového rána  
 Do bílé pokrývky vyšila monogram  
 Prstýnek vzpomínek tvých stop S nimiž si pohrávám  
 Pro dnešek opravdu odcházím z kanceláře  
 Tvoje trpělivost manželská zamyká za mnou dveře

**str. 1, 10–12 Jsem člověk politický,  
 ale jako žena to mám v politice složitější**

► **rozhovor s Markétou Reedovou,  
 náměstkyní primátora hlavního města Prahy**

str. 6–7 Je to tím, že si vybírám neobyčejná piva...?

str. 13 K založení firmy je dnes potřeba 21 dokumentů a hodně trpělivosti

 **Obchodní dům.cz**

Rodinu našich zákazníků tvoří 219 473 členů.

**Vánoce už možná začínají i u vás doma.  
 Nelekejte se.**

Otevřete [www.obchodni-dum.cz](http://www.obchodni-dum.cz).

Jsme certifikovaným obchodním domem.

U nás dobře nakoupíte.

Na trhu působíme již 10 let.

# PŘEDSTAVILA TV BANKU

## Poštovní spořitelna vám dá účet na televizní obrazovku

POŠTOVNÍ SPOŘITELNA V ŘÍJNU JAKO PRVNÍ ČESKÁ BANKA PŘEDSTAVILA KOMFORTNÍ BANKOVNÍ SLUŽBU TV BANKA, DÍKY NÍŽ BUDOU MOCI KLIENTI OVLÁDAT SVÉ BANKOVNÍ ÚČTY POMOCÍ TELEVIZNÍHO OVLADAČE. TV BANKA JE ŽHAVOU NOVINKOU, V EVROPĚ BYLA ZATÍM DOSTUPNÁ JEN VE VELKÉ BRITÁNII, V NIZOZEMÍ A VE ŠPANĚLSKU.

„Poštovní spořitelna na trh dlouhodobě přináší inovativní řešení, která uživatelům umožňují jednodušší správu jejich financí. TV Banka je přelomový produkt, který dává našim více než dvou milionům klientů šanci vyzkoušet si nejvyšší úroveň komfortu při ovládání bankovních účtů,“ řekl člen představenstva ČSOB Jan Lamser, odpovědný za Poštovní spořitelnu a přímé bankovníctví.

„Uvedením TV Banky potvrzujeme, že jsme nejdostupnější banka na trhu,“ dodal Jan Lamser. „Ať už je to cestou do práce z mobilu, v práci přes PC nebo večer doma přes televizi, klient Poštovní spořitelny může nyní ovládat svůj účet opravdu kdykoliv a kdekoliv. Nabízíme mu vždy cestu, která je pro něj nejpohodlnější.“

TV Banka je určena klientům Poštovní spořitelny a bude jí moci používat každý, kdo využívá internetové bankovníctví Poštovní spořitelny. Stačí mít pouze tzv. interaktivní set-top-

box, tedy připojení k O2 TV nebo zařízení Windows Media Center, a pak už klienti mohou pomocí dálkového ovladače pohodlně disponovat se svými financemi.

„Zařazením TV Banky do nabídky O2 TV pokračujeme ve filozofii, že televize nemusí sloužit pouze jako zdroj zábavy. Může to být interaktivní pomocník v domácnosti, který uživatelům příjemně a usnadní život. Proto O2 TV nabízí spoustu nadstandardních služeb, jako je virtuální půjčovna filmů, televizní archiv a nyní přichází i s televizním bankovníctvím,“ sdělil Michal Táborský, ředitel pro rozvoj IPTV a obsahových platform ve společnosti Telefónica O2 Czech Republic.

„Počítače se postupně stávají každodenní součástí našich životů a začínají se tak objevovat i na místech, jež byla dříve typická spíše pro spotřební elektroniku. Řeč je především o obývacích pokojích, kde lidé tráví nejvíce času. Počítač s Windows Media Center umožňuje nejen sledovat televizi, přehrávat filmy a hudbu či prohlížet fotografie, ale nově díky TV Bance Poštovní spořitelny také jednoduše spravovat svůj bankovní účet a finance. Navíc díky zobrazení na televizní obrazovce a ovládání pomocí dálkového ovladače je TV Banka vhodná také pro uživatele, kteří s počítačem nemají prakticky žádné zkušenosti,“ uvedla Markéta Kuklová, tisková mluvčí společnosti Microsoft v České republice.

Prostřednictvím TV Banky lze zjistit zůstatek a pohyby na účtu, zadat jednorázový nebo trvalý příkaz, vyřídít si inkaso nebo dobít kredit mobilního telefonu. Součástí nabídky jsou dále aktuální měnové kurzy, seznam poboček a bankomatů Poštovní spořitelny i aktuální informace pro klienty.

(tz)

## Aktivní život s přibývajícím věkem nekončí

Lidé odjakživa usilují o zachování mládí a vitality. Vedle omlazujících krémů a lázeňských procedur své místo stále častěji nacházejí i produkty farmaceutického průmyslu. Právě ten pro nás objevil pozitivní účinky resveratrolu.

Resveratrol je čistě přírodní látka vyskytující se v červeném víně, ale nejen tam. Mnoho rostlin ho vytváří jako přirozenou obranu proti nežádoucím vnějším vlivům. Resveratrol pomáhá chránit DNA uloženou v buňkách před přirozenými degenerativními změnami spojenými se stárnutím organismu. Právě poškození DNA je příčinou mnoha problémů, které si běžně spojujeme se stárnutím.

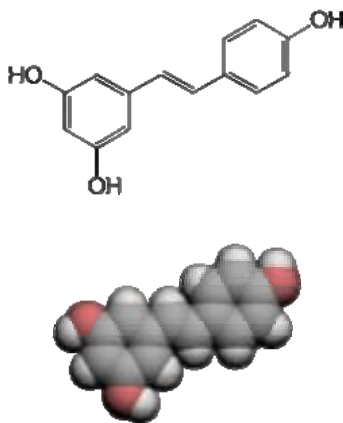
Výzkumem vlivu resveratrolu na lidský organizmus se renomovaná vědecká pracoviště po celém světě zabývají již zhruba 15 let. Podnětem k zahájení výzkumu byla otázka „Proč Francouzi, ač jejich životní styl neodpovídá představám o zdravém způsobu života, trpí nejnižším výskytem kardiovaskulárních onemocnění v Evropě“. Vysvětlení přišlo až nedávno. Francouzi, kteří mají ve své stravě stejně tučná jídla jako například Češi, je na rozdíl od nás zapíjejí vínem obsahujícím resveratrol. Množství resveratrolu obsaženého v jednom litru vína je však velmi malé, v průměru pouze 2,5mg. Resveratrol koncentrovaný do jedné kapsle je výrazně silnější. „Naše firma vyvinula přípravek EVELOR, který obsahuje v jedné kapsli 50mg resveratrolu. To je zatím nejvyšší množství dostupné na českém trhu,“ uvedla Denisa Barešová, Marketing Manager

společnosti Medochemie. Jedna kapsle EVELORU tak obsahuje resveratrolu tolik jako dvacet litrů vína.

EVELOR je nadstandard, který organizmu dodáme. Platí, že čím dříve začneme EVELOR užívat, tím lépe se pak tělo začne bránit stárnutí. „EVELOR není určen jen těm kteří na sobě pocítují přibývajícím věkem, je určen i všem, kteří mají rádi život a chtějí oddálit stárnutí,“ vysvětlila Denisa Barešová. Kromě zpomalení procesu stárnutí a zachování vitality vědci přisuzují resveratrolu blahodárné účinky také v prevenci kardiovaskulárních onemocnění, nádorových onemocnění, diabetu a v redukci hmotnosti. Tyto vlastnosti resveratrolu nyní intenzivně zkoumají vědecká pracoviště po celém světě.

„Jako většina léků a doplňků stravy i EVELOR funguje, když ho užíváme dlouhodobě a pravidelně. Jeho účinky jsou individuální záležitostí a každý je pravděpodobně pocítí jinak. U někoho se mohou projevit vyhlazením mimických vrásek, jiný účinky bezprostředně nepocítí. Na jeho organizmus však bude působit látka, která pomáhá zpomalit degeneraci buněk, a tím i stárnutí všech orgánů,“ dodala k účinkům resveratrolu Denisa Barešová. Podle ní by se však lidé neměli při zachování zdraví spoléhat jen na podpůrné prostředky. Důležitá je vyvážená životospráva a dostatek pohybu. EVELOR bude k dostání v lékárnách od druhé poloviny listopadu v balení po 90 kapslích, které vystačí na tři měsíce užívání, za doporučenou cenu 750 Kč.

(tz)



ŽE DNEŠNÍ INTERNET SKÝTÁ SPOUSTY NEUVĚŘITELNÝCH MOŽNOSTÍ KOMUNIKACE, A TAKÉ SE PŘES NĚJ VÝTEČNĚ NAKUPUJE, TO VÍ UŽ KAŽDÉ MALÉ DÍTĚ. POHODLÍ A ÚSPORA ČASU, KDYŽ SI MŮŽE ČLOVĚK OBJEDNAT TO, CO POTŘEBUJE, PÁR KLIKY MYŠÍ, JE ÚŽASNÁ ÚLEVA – HLAVNĚ PRO TY STÁLE VÍC A VÍC SPĚCHAJÍCÍ Z NÁS. MAJITELKY FIREM, MANAŽERKY, TO JSOU TY, PRO NĚŽ JE ČASTO INTERNETOVÉ NAKUPOVÁNÍ DÁRKŮ PŘÍMO ZÁCHRANOU. NEJEDNA JIŽ TAKÉ JISTĚ VYZKOUŠELA INTERNETOVÝ OBCHOD OBCHODNÍ-DŮM.CZ. JE NA TRHU ROVNĚ DESETILETÍ. ZEJMÉNA NYNÍ, V DOBĚ VELKÝCH VÁNOČNÍCH PŘÍPRAV, SE TAKÉ TÝM TOHOTO INTERNETOVÉHO OBCHODU PEČLIVĚ CHYSTÁ NA NÁPOR NEJROZMANITĚJŠÍCH PŘÁNÍ A BÁJEČNÝCH OBJEDNÁVEK. S LEHKOU NOSTALGIÍ VZPOMÍNÁ NA ZAČÁTKY PETR ŠEBEK, OBCHODNÍ ŘEDITEL. ZÁROVEŇ ZE ZKUŠENOSTI VÍ, JAK VELKÝM PRUBÍŘKÝM KAMENEM PRO ORGANIZACI PRÁCE JSOU NEJKRÁSNEJŠÍ SVÁTKY ROKU...

## ŽENY UMÍ VÍCE NASLOUCHAT..

INTERNETOVÝ OBCHOD OBCHODNÍ-DŮM.CZ VSTOUPIL NA ČESKÝ TRH PŘED DESETI LETY, BYL JSTE JEDNÍM Z OTCŮ MYŠLENKY. NAČ VZPOMÍNÁTE NEJRADĚJI?

Máte pravdu, je to už 10 let, co jsme začali naše podnikání. A vlastně ani naše začátky nebyly vůbec internetové. Původní myšlenkou byl prodej domácích spotřebičů a elektroniky pomocí tištěného katalogu. Katalogů jsme nakonec v termínech jaro-podzim vydali celkem 5. Ten poslední na podzim roku 2000. To už byl internetový prodej v plném proudu a obrátově předčil ten katalogový.

Asi s největším úsměvem vzpomínám na naši online nástěnku, kam jsme připichovali přepsané objednávky, které přišly emailem. Dále na modem, kterým jsme se připojovali k internetu tak 3–5x denně a kontrolovali poštu. A taky na rychlost připojení.

**MYSLÍTE, ŽE PRVNÍ ZÁKAZNÍCI BYLI I PRŮKOPNÍKY NAKUPOVÁNÍ PŘES INTERNET? I DNES JIM ASI DĚKUJETE, POMÁHALI VÁM ZÍSKAT JMÉNO, DOBRÝ ZVUK.**

Našimi prvními zákazníky nebyli „tzv. internetáči“. Má to souvislost právě s vydáváním katalogů. Katalogový prodej měl přeci jenom i v naší republice větší tradici. I když velké domácí spotřebiče a elektroniku nikdo standardně nenabízel.

Poděkování patří samozřejmě všem zákazníkům, tzn. i těm dnešním. Těm původním možná o trochu více, hlavně proto, že si nenechali dojem z internetového nákupu jenom pro sebe a dělali pro nás aktivní marketing mezi svými známými, příbuznými, spolupracovníky atd.

**ZŮSTAL NĚKDO Z NICH VĚRNÝ?**

Chcete je znát jmenovitě (úsměv)? Jasně, zůstali věrní, myslím, že by seznam pokryl vaše vydání Prosperity Mada Business.

**ČASTÁ OTÁZKA – NAKUPUJÍ DNES NA INTERNETU VÍCE ŽENY NEŽ MUŽI?**

Neděláme si žádnou zásadní statistiku v této oblasti. Navíc je zcela běžné, že objednávka zní na mužské příjmení, nicméně na uvedeném telefonu najdeme manželku, přítelkyni, prostě osobu něžného pohlaví, která řeší ty praktické věci, např. termín s naší logistikou ohledně dodání zboží.



Petr Šebek

**DOMNÍVÁM SE, ŽE PRÁVĚ ŽENY ZÍSKAJÍ K TOMUTO MÉDIU JEŠTĚ VŘELEJŠÍ VZTAH – MAJÍ MÉNĚ ČASU NEŽ JEJICH MUŽSKÉ PROTĚJŠKY.**

Zcela určitě. Navíc umí více naslouchat, lépe se s nimi komunikuje.

**ZVLÁŠTNÍ KATEGORIÍ JSOU TY DÁMY, KTERÉ PEČLIVĚJI VÁŽÍ SVÉ ROZHODOVÁNÍ – PODNIKATELKY A MANAŽERKY. STÁLO BY ZA TO PRO NĚ PŘIPRAVIT NAPŘÍKLAD PŘEDVÁNOČNÍ NABÍDKU?**

Jak jsem zmiňoval již výše. Nezjišťujeme u zákazníků žádné citlivé údaje. Tzn. neumíme identifikovat zákazníka či zákaznici, v okamžiku příchodu na náš Obchodní-dům.cz. Víme, odkud přišel, víme, jaký používá informační systém, jaký prohlížeč, jaké má rozlišení obrazovky, ale jestli pracuje ve funkci ředitele či ředitelky, to bohužel poznat neumíme. Tudíž neumíme z tohoto zorného úhlu udělat speciální nabídku pro podnikatelky či manažerky. Možná je to tak i lepší, není totiž dobré, když se některá část zákazníků cítí „ošizená“.

**OSTATNĚ – CO SE PŘED VÁNOCI PRODÁVÁ NEJVÍCE?**

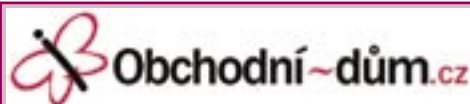
Před Vánoci se zvětšuje počet prodaných malých domácích spotřebičů a malé elektroniky. Každé Vánoce mají vždy nějaké specifikum. Vánoce v roce 2006 byly ve znamení meteorologických stanic, loňské Vánoce ve znamení domácích pekáren, letos by to např. mohly být fotorámečky.

Dalším letošním hitem budou a vlastně již v tomto období jsou LCD televizory. Tzn. pokud zákazník touží na Vánoce koukat na nový televizor, je podle mého názoru nejvyšší čas objednat. Kusů bude určitě nedostatek a vyhrává ten, kdo objedná dříve. Ostatně to platí o celém našem sortimentu.

**MÁTE JIŽ SVÉ FIREMNÍ PŘEDSEVZETÍ PRO ROK 2009?**

Přežít Vánoce roku 2008! Abych pravdu řekl, tak do roku 2009 jsem se ještě myšlenkami nezatoval. Řeším současnost, případně blízkou budoucnost. Tzn. pečlivě se připravujeme, abychom měli dostatečné kapacity na všech pozicích tak, abychom vyhověli pokud možno co největšímu počtu zákazníků.

**za předvánoční povzbuzení poděkovala Eva Brixl**



**Úspěšně jsme zatím vyřídili 395 679 objednávek.  
Na klávesnici klikli naši zaměstnanci 691 200 000 krát.  
Nabízíme skromných 10 249 položek.**



## Vánoce snad stihnu

Na ořešácích zbyly poslední plody nebo jen zaschlé slupky, které se tajemně pokyvují ve větru, jež s pravým podzimem vždy přichází. Když je posype první mráz jemnými krystalky ledu, připadá mi to, jako by tam visely rovnou vanilkové rohlíčky. Ostatně – máte již nalouskáno? A nepotřebujete přikoupit formičky na všechny ty pradávno tvary, na něž se právě v této době začínáme těšit? Oh, Vánoce, pro mnoho z nás stále ty nejkrásnější a nejvoňavější svátky roku. Ty, které s námi žijí od dětství a dětství nám až do pozdního věku tak trochu přináší.

Štědrý den očima žen bývá složitější, ale řekněte samy – cožpak to může být jiné? I kouzlo stresu spojeného s výběráním těch správných dáreků je na místě. Nadšení, které do nás vklouzne a opanuje všechny naše smysly, ta bouře energie, která nás žene ke kýženým výsledkům... Zlatavé jmelí, tajné domácí skrýše krabic a balíčků, přikupování mašlí, lýka, ozdob, svíček, procházka lesem, včasné listování kuchařskými knihami – to všechno by nemělo uhasinat s nadměrou starostí ve firmách, s nespočtem společenských večírků a jiných setkání.

Problémem zůstává snad jediné – jak každého vkusně a příjemně počastovat v okamžiku, který je k tomu stvořený. Potěšit vlastní přízní, někoho byste rádi viděli, jinému udělatě radost vkusným blahopřáníčkem v obálce, další čeká na dárek, protože ten od vás ho potěší ze všech nejvíce, někdo si konečně po roce rád dlouze popovídá na mobilu, další zase netrpělivě očekává mail, protože si na to zvykl.

Nevím ještě, jak každému z té spousty lidí, jimž bych ráda popřála krásné svátky, tu radost udělat. Věřím, že ty letošní Vánoce zahájím v předstihu a tak, abychom i doma konečně po tolika letech usedli k slavnostní večeři přiměřeně a měli tak čas potěšit se vzájemnou přítomností. Jednou jedinkrát podaří se mi snad: nespěchat!

vaše Eva Brixí

## Cambridgeské zkoušky z angličtiny

E-learning od zavedené jazykové školy ITS – International School obsahuje přípravu na britské zkoušky z angličtiny v pohodlí domova nebo za pracovním stolem pod vedením osobního lektora podle britských standardů. Tyto kurzy pomohou v přípravě k jazykovým zkouškám stupně FCE, k maturitě nebo těm, kteří si chtějí zlepšit svůj psaný projev.

Jazyková škola ITS nabízí možnost využít vypracování některých z vybraných modulů e-learningu kdykoliv na internetu ([http://www.its-jazyky.cz/el\\_info.php](http://www.its-jazyky.cz/el_info.php)). Každý z nich je zaměřen na určitou problematiku, například jak psát dopisy/emaily, zprávy, žádost o zaměstnání apod.

Program společnosti ITS je založen na moderních výukových a didaktických metodách, které splňují požadavky na současnou jazykovou výuku. Její program je proto vhodným doplňkem k učivu na středních školách, gymnáziích, vysokých školách či k samostudiu. Velkým pomocníkem může být pro podnikatele a manažery s nedostatkem času. Ústní část cambridgeské zkoušky PET, FCE, CAE si zákazníci mohou přijít vyzkoušet přímo do jazykové školy ITS – International School. Pod vedením zkušební komise přímo z British Councilu získají i důležité rady a tipy. Více informací k dispozici na: [http://www.its-jazyky.cz/vv\\_fcenancisto.php](http://www.its-jazyky.cz/vv_fcenancisto.php).

(tz)

## MŮJ, ALE PRACOVNÍ ČAS

CO DĚLÁTE, KDYŽ ZJISTÍTE, ŽE VÍC SPĚCHAT UŽ NENÍ V LIDSKÝCH SILÁCH?

**Alžběta Hanibalová**

**PR & Marketing koordinátor, McAfee, Inc.**

Teď si již řeknu stop. Víím, že když přetáhnu své limity, rychleji práci neudělám. Ba právě naopak. Když si dám alespoň chvíli pauzu, vše jde poté více od ruky. Je to ale otázka praxe a zkušeností. Byly doby, kdy jsem to neuměla a připadalo mi, že vše musí být ihned, že co neudělám sama, nebude – nebo bude, ale ne podle mých představ. Teď se snažím více si vše dopředu promyslet a naplánovat, a hlavně se nebojím úkoly, které nestíhám sama, delegovat na někoho jiného. Když už doopravdy cítím velkou únavu, zajdu si do Ayurmedic Centra na ajurvédskou masáž. Úžasná relaxace pro duši i tělo. Vřele doporučuji.



## OTÁZKA PRO ŠIKOVNÉHO MUŽE

CO VÁS NA PODNIKATELKÁCH A MANAŽERKÁCH FASCINUJE?

**Patrick Korž**

**technický ředitel CNC Praha**

Na skutečných podnikatelkách a manažerkách, tedy těch, které si na tyto posty jenom nehrají, obdivuji schopnost zahodit strojený úsměv a značkovou kabelku a žít podle svých hodnot. Již druhým rokem je technologická společnost CNC Praha hlavním partnerem surf kempů na pobřeží oceánů ve Francii a Indonésii, kterých se stále častěji účastní i top manažerky českých a zahraničních firem. Kdo životní styl surfářské komunity zažil, ten rozumí, že se nejedná o krátkodobé pobyty. Díky moderním technologiím mohou manažerky se svým týmem a klienty nadále spolupracovat na dálku i z chýše na pláži. Tento způsob práce má před sebou budoucnost a nemusí se vždy nutně jednat o práci na dálku přes půl světa. Možná povede k zvyšování počtu žen ve vedoucích pozicích, pro které bude jednodušší skloubit svou kariéru s rodinou.



## O prevenci rakoviny

Farmaceutická společnost Merck & Co., NJ, USA připravila vzdělávací kampaň na podporu boje proti rakovině děložního čípku. Jednou z možností prevence proti rakovině děložního hrdla a dalším HPV onemocněním je kvadrivalentní vakcína Silgard®.

V České republice probíhá tato vzdělávací kampaň pod názvem „Vše co můžu“ do listopadu. Jednou z aktivit je také spuštění nového internetového portálu [www.vsecomuzu.cz](http://www.vsecomuzu.cz).

Kvadrivalentní vakcína současně pomáhá chránit proti více než 90 % případů genitálních bradavic a 10 % případů cervikální intraepiteliální neoplazie nízkého stupně (CIN1) spojených s infekcí virem HPV 6 a 11. Snížení počtu benigních cervikálních lézí snižuje náklady na opakované cytologické a expertní kolposkopie i obavy pacientek z opakovaných vyšetření.

V Evropě je diagnóza rakoviny děložního hrdla stanovena ročně přibližně u 48 000 žen a 22 000 žen na rakovinu děložního hrdla ročně umírá (60 každý den). Postihuje mladé ženy, většina případů se objeví ve věku mezi 30 až 50 let, kdy jsou ženy aktivně zapojeny do své kariéry a rodiny. V České republice je rakovina děložního hrdla diagnostikována každým rokem přibližně u tisíce žen, téměř 400 žen na toto onemocnění umírá.

Informace  
do kabelky

(tz)

**Tiráž: Prosperita Madam Business**, vychází jako příloha časopisu Prosperita, ročník 2, listopad 2008

Vydává RIX, s. r. o., Ocelářská 2274/1, 190 00 Praha 9, pod vedením PhDr. Evy Brixí-Šimkové, e-mail: [brixiprosperita.info](mailto:brixiprosperita.info), mobil: 602 618 008; obchodní ředitel Martin Šimek, mobil: 606 615 609; zlom: Karel Švihel, korektury: Mgr. Pavla Rožníčková. Tisk: Moravská typografie, distribuce: SP Agency, [www.madambusiness.cz](http://www.madambusiness.cz)

ZATÍMCO ADMINISTRATIVNÍ PRACOVNÍK – MUŽ – MÁ V PRŮMĚRU 21 850 KORUN HRUBÉHO, STEJNÁ POZICE OBSAŽENÁ ŽENOU JE OHODNOCENA POUZE 17 600 KORUNAMI. STEJNĚ VYZNÍVAJÍ TAKÉ DALŠÍ PROFESE. PRODAVAČKY MAJÍ V PRŮMĚRU 12 050 KORUN, PRODAVAČI O CELÝCH 5 500 KORUN VÍCE. OBCHODNÍ MANAŽERKY BEROU 29 000 KORUN, MANAŽEŘI NA STEJNÝCH POZICÍCH 36 500 ATD. POROVNÁNÍ VYPLÝVAJÍ Z KONTINUÁLNÍHO PRŮZKUMU MEZD A PLATŮ MERCES.CZ, DO KTERÉHO SE ZAPOJILO JIŽ VÍCE NEŽ 190 TISÍC RESPONDENTŮ.

# ŽENY MAJÍ NIŽŠÍ PLAT

## za stejnou práci jako muži, a to výrazněji

„Obvykle se rozdíly v příjmech mužů a žen vysvětlují tím, že muži obsazují lépe placené profese či pozice. To je ovšem jen část reality. Z naší analýzy jednoznačně vyplývá, že ženy jsou v Česku odměňovány v průměru výrazně hůře než muži, ačkoliv zastávají stejnou práci,“ řekl Dalibor Jakuš, jednatel společnosti Profesia. Ta provozuje web [www.merces.cz](http://www.merces.cz), který umožňuje porovnání mezd a platů.

Celkové rozdíly v průměrných příjmech mužů a žen jsou výraznější. Průměrná mzda přesáhla sice výrazně dvacet tisíc korun, ale ženy berou v průměru jen devatenáct tisíc, zatímco muži si měsíčně přijdou v průměru na více než 25 tisíc korun. Ženy jsou tak v souhrnu na pouhých třech čtvrtinách průměrného příjmu mužů.

„V naší analýze jsme se na problém rozdílného odměňování podívali také z hlediska jiných kritérií. Nejzajímavější výsledky jsme získali díky porovnání mezd a platů mužů a žen podle délky jejich praxe. Zatímco příjmy žen se s rostoucí délkou praxe prakticky nemění, muži se rok od roku výrazně ženám vzdalují,“ uvedl Dalibor Jakuš.

Zatímco nástupní mzdy žen jsou o 20 % níže než u mužů, praxe nad tři roky již mzdy oddaluje z dvaceti téměř na 30 %. Vyjádřeno v absolutních částkách, ženy si díky několika letům praxe polepší z 16 800 na 19 500 korun. Muži mají zpočátku v průměru už necelých 21 000 korun, zatímco po třech letech 26 850 korun.



Pokud analyzujeme všech 190 tisíc mezd a platů, které eviduje [Merces.cz](http://Merces.cz), výsledky budou podobné. Příjmy mužů převyšují mzdy a platy žen o čtvrtinu do jednoho roku praxe. Pak o 30 % do dvou let, o 38 % od tří do deseti let. Až porovnání platů nad deset let praxe dává znovu čtvrtinový rozdíl.

„Důvodem je vysoké procento státních zaměstnanců nad deset let praxe. Ve státní sféře jsou rozdíly nižší, výraznou diferenciaci vidíme především ve sféře privátní, kde rostou mzdy v závislosti na praxi výrazněji,“ vysvětlil Dalibor Jakuš. (tz)



ilustrační foto z tiskových materiálů Marcela Wintera (1. Mezinárodní veletrh zaměstnaneckých příležitostí Job Fair v Brně, 7.–9. října 2008)

### Příjmy mužů a žen na stejných pozicích

pozice	ženy	muži	ženy/muži	respondentů
administrativní pracovníci	17 600	21 850	80,5 %	14 022
prodavači, prodejci	12 050	17 600	68,5 %	3 585
učitelé	20 550	21 500	95,6 %	4 532
dělníci	13 150	17 250	76,2 %	2 504
obchodní zástupci	22 450	27 150	82,7 %	2 280

### Mzda podle délky praxe u administrativních pracovníků v Praze – muži versus ženy

délka praxe	ženy	muži	ženy/muži	respondentů
méně než rok	18 900	19 550	96,7 %	699
1 až 2 roky	20 600	23 400	88,0 %	667
3 až 5 let	21 900	23 750	92,2 %	660
6 až 10 let	21 900	25 950	84,4 %	457
nad 10 let	21 950	28 000	78,4 %	931

Zdroj: [www.Merces.cz](http://www.Merces.cz)

[Merces.cz](http://Merces.cz) (z latinského mzda, plat, odměna) je projekt slovenské společnosti Profesia, která na stránce [www.merces.cz](http://www.merces.cz) umožňuje již téměř rok každému srovnat výši své mzdy s lidmi, kteří pracují na stejné či podobné pozici, práci vykonávají ve stejném regionu, mají také srovnatelnou praxi a podobně. Společnost Profesia je součástí britské firmy Daily Mail and General Trust plc. Působí na Slovensku, v České republice a v Maďarsku.



# JE TO TÍM, ŽE SI VYBÍRÁM neobyčejná piva...?

STRATEGIE PIVOVARU NÁCHOD JE DOCELA ZAJÍMAVÁ. JEHO CÍLEM JE OSLOVENÍ NEJŠIRŠÍ VEŘEJNOSTI – A TAKÉ CHCE USILOVAT O TO, ABY SI ZDEJŠÍ PIVO OBLÍBILY ŽENY I TZV. NOVÁ GENERACE. JE TO ODVÁŽNÉ? MOŽNÁ ONA FORMULACE JE ODVÁŽNĚJŠÍ, NEŽ NA JAKOU SI TROUFLA KONKURENCE. PRAVDOU JE, ŽE PIVOVAR NABÍZÍ NEJŠIRŠÍ SORTIMENT PIV V ČR, OD NEALKOHOLICKÉHO PŘES KLASICKÉ VÝČEPNÍ PIVO AŽ PO LEŽÁKY. VYRÁBÍ TAKÉ UCELENOU ŘADU PIVNÍCH SPECIÁLŮ VČETNĚ NEJSILNĚJŠÍHO PRŮMYSLOVĚ VYRÁBĚNÉHO PIVA PRIMÁTOR DOUBLE 24% A UNIKÁTNÍCH SVRCHNĚ KVAŠENÝCH PIV. DOST PROTO, ABY SE RADOVALI VŠICHNI MUŽI SVĚTA. ALE NEJEN TO.

Založeno 1872

**PRIMATOR**

PIVOVAR NÁCHOD a.s.

Úspěch pivovaru násobí osobní neskrývanou radostí, která ji posiluje v chuti dobývat další trhy a nabízet náchodské pivo těm, z nichž se časem zrodí milovníci, příznivci, fajnšmekři, kteří na to náchodské nedají dopustit. Ostatně – novodobá historie pivovaru je také o tom, že od roku 1993, kdy začal patřit městu, získal již 118 ocenění doma i v zahraničí.

Romana Jansová má slovo:

Mezi další drobné pozoruhodnosti patří skutečnost, že export zde vede žena. Kultivovaná, příjemná mladá manažerka, v jejímž srdci se každý

## V PIVOVARECH MNOHO ŽEN JEDEN NEPOTKÁ. CO VÁS PŘIVEDLO KE ZNAČCE PRIMÁTOR?

K pivu a pivovaru mě přivedla, jak to už bývá, náhoda. V době, kdy jsem do pivovaru v Náchodě nastupovala, jsem spíše věděla, co dělat nechci, než abych přesně věděla, že pivovarnictví a export je oblast, kde se chci uplatnit. Bylo to období hledání a pro mě to byla ideální příležitost, jak uplatnit jazyk a získat nové zkušenosti. Začínala jsem jako asistentka, za což jsem velice ráda. Postupně jsem měla možnost proniknout do mnoha oblastí a zákoutí našeho podniku, podílet se na změnách, růst a realizovat se. Důvěra mých nadřízených ve mě a v moji práci „zapříčinila“, že pro pivovar a Primátor pracuji již devátým rokem.

## MÁTE NA STAROST EXPORT PIVA, TO ZNAMENÁ, ŽE MU MUSÍTE TAKÉ ROZUMĚT A UMĚT TAK CENĚNÝ NÁPOJ NABÍDNOUT ZÁKAZNÍKOVĚ...

Ano, export je „můj“, byla jsem u začátku jeho budování, znám všechny výhody i úskalí, možnosti, ale i překážky. Také vím, že zdaleka nejsme na konci cesty. Exportní trh je pro nás trhem budoucnosti. Je před námi ještě mnoho práce a úsilí a já se těším, že budu u toho.

Na otázku, zdali pivu rozumím, se mi odpovídá těžko. Člověk se stále učí a v našem pivovaru to platí dvojnásobně. Prezентujeme se jako specialista na speciály, uvádíme novinky, určujeme trendy, rozvíjíme pivní gastronomii... to znamená neustále na sobě pracovat, zjišťovat, ověřovat, analyzovat. Člověk si k pivu musí najít cestu, a já si myslím, že se mi to docela daří. Náš vztah se vyvíjí, a tak dnes už mohu mluvit o lásce k pivu a ke své práci. Za úspěch považuji významný nárůst objemu exportu. Mám radost, že se mi daří optimálně skloubit nabyté znalosti, zkušenosti a obchodní dovednosti.



Romana Jansová

## KTERÉ Z VAŠEHO SORTIMENTU CHUTNÁ NEJVÍCE VÁM A PROČ?

Do tohoto roku to byl určitě Primátor Weizenbier a nyní se stává mým favoritem novinka Primátor Stout.

Weizenbier je světlé pšeničné pivo, nefiltrované, není lepšího osvěžení, třeba v letních měsících. A ta vůně a svěží ovocná chuť, lahodná hořkost... Nedávno jsem měla možnost degustovat polévku, kde byl při přípravě použit Weizenbier – delikátní.

Stout je zážitek – silná suchá hořkost, krémová plnost a úžasná smetanová pěna. Při pohledu na Stout ve sklepnici se mi tají dech, vybavují vzpomínky na Anglii, Irsko, Guinness. Náš Stout je chuťově vyrovnaný a nutí vás k dalšímu napití. Moc se těším, až náš Stout použijí také při přípravě některého z jídel. A nejen to, výborně se ►



► hodí k dezertům – čokoládovým a kávovým. Teď, když o tom přemýšlím, nikdy by mě nenapadlo, že budu takto přemýšlet o „obyčejném“ pivu. Je to tím, že si vybírám neobyčejná piva...?

#### DO JAKÝCH ZEMÍ SE NÁCHODSKÉ PIVO VYVÁŽÍ, KDE JE NEJÚSPĚŠNĚJŠÍ?

Pivo vyvážíme do více jak 20 zemí světa. Nejúspěšnější jsme v současné době ve Švédsku, kam se náš Primátor Prémium dostal na přední pozici importovaných piv v obchodech monopolu, a prodeje nasvědčují, že má velkou budoucnost. Historicky jsme velice úspěšní ve Velké Británii, kde je naše pivo dodáváno exkluzivně do prestižního klubu Sunday Times již 15 let a společně s exkluzivními víny nabízen pouze členům klubu. Postupně si tamní členové oblíbili naše tmavé pivo, ale i Weizenbier, a 24% Double.

Na točený Primátor si můžete zajít v Polsku, na Slovensku, v Německu, Francii, ale také v Helsinkách, Kaliningradu nebo Stockholmu.

Z nových destinací objevuje Primátor Jižní Koreu, Španělsko nebo Brazílii, kde si naše pivo své příznivce teprve získává.

#### VAŠE STRATEGIE SE ORIENTUJE TAKÉ NA ŽENY A NĚKTERÉ DRUHY PIV NĚJŠTASTNĚJŠÍ POLOVINĚ LIDSTVA SKUTEČNĚ VELMI CHUTNAJÍ. VE KTERÉ ZEMI, PODLE VAŠICH POZNATKŮ, ŽENÁM PIVO PRIMÁTOR JDE K DUHU?

Během cest jsem zaznamenala narůstající zájem o české pivo a právě u žen si tento trend vysvětluji bohatší nabídkou piv. Ležák byl mnohdy pro ženu příliš hořký – proto hledá a nachází zálibu ve speciálních pivech. Často slýchávám, že tmavé pivo je u žen velmi v oblibě. Naposledy to bylo ve Švédsku. V říjnu nás navštívila zákaznice z Japonska, která má obchůdek s českými pivy, včetně našeho. Všechno náchodské pivo prodala překvapivě rychle, a tak přijela poznat Náchod, náchodský pivovar, aby si odvezla svůj příběh – svůj Primátor. Těším se na zprávy od ní.

KDYŽ REPREZENTUJETE ZNAČKU V ZAHRANIČÍ, A SNAŽÍTE SE NADCHNOUT DALŠÍ ODBĚRATELE, MÁTE VÝHODU I NAOPAK. JSTE ŽENA A PIVO TRADIČNĚ PATŘÍ VÍCE K MUŽŮM, MUSÍTE MOŽNĚ O SVOJI VYJEDNAVAČSKOU POZICI URPUTNĚJI BOJOVAT. NA DRUHÉ STRANĚ VÁM VSTUP DO VÍCE MĚNĚ PÁNSKÉ SPOLEČNOSTI DÁVÁ DO RUKOU URČITÉ TRUMFY A DOVEDNOU KOMUNIKACÍ DOKÁŽETE „ZLOMIT“ VÁHAVOST I SRDCE OBCHODNÍKA...

V začátcích jsem to spíše vnímala jako nevýhodu, s přibývajícím zkušenostmi bylo snadnější získat důvěru odběratelů, důvěru mužů. Zákazníci si žádají pivo Primátor právě kvůli kvalitě a jeho jedinečné chuti. Já zajišťuji 100% servis, otevřeně komunikuji a podporuji je v jejich výběru. Přirozenost zabírá – i u mužů. Důležitá je intui-

ce, zdravý selský rozum a také smysl pro humor. Nestává se mi často, že by byl odběratel zaskočen, nebo se dokonce dožadoval muže. Myslím si, že na rozdíl od exportu je v konzervativním tuzemsku pozice ženy-prodejce v mnohem obtížnější.

#### KTERÉ OBDOBÍ ROKU BÝVÁ PRO VÝVOZ VAŠEHO PIVA NEJŠTASTNĚJŠÍ? PATŘÍ TAKÉ NA VÁNOČNÍ STŮL ZA HRANICEMI NAŠÍ ZEMĚ?

Pivovarníci jsou nejšťastnější v létě. Můj odbyt vrcholí z důvodu přepravy v květnu a červnu. Horké letní dny a večery se významně podílejí na navýšení objednávek. A tak v době největších veder a sluníčka máme nevíce práce, a to je dobře. Mimo hlavní letní sezonu je to pak právě období Vánoc, kdy se objemy opětovně navýší. Na prémievém ležáku tradičně připravujeme vánoční etiketu, která je u exportních zákazníků velmi oblíbená. Daří se nám v posledních letech v předvánočním čase uspokojovat poptávky po pivních specialitách. Aktuálně nabízíme Primátor 16% Exkluziv (WORLDS BEST LAGER podle Beers of the World), který je součástí speciální vánoční nabídky ve více jak 13 zemích světa.

za odpovědi psané srdcem poděkovala Eva Brixi



# JAKO SVATEBNÍ DAR

slouží nejčastěji skutečně peníze

NEJČASTĚJŠÍM SVATEBNÍM DAREM NAPŘÍČ ZEMĚMI I NÁRODY JSOU PENÍZE. ZATÍMCO V NĚKTERÝCH ZEMÍCH SE JEDNÁ O ZCELA BĚŽNÝ SVATEBNÍ DAR, JINDE SE DÁVAJÍ POUZE NA ŽÁDOST SNOUBENCŮ. NOVOMANŽELÉ JIMI OBVYKLE HRADÍ SVATEBNÍ CESTY ČI VYBAVENÍ DOMÁCNOSTI. DRUHÝM NEJČASTĚJŠÍM TYPEM SVATEBNÍHO DARU, PŘÍPADNĚ VĚNA, KTERÉ SI NEVĚSTY DO MANŽELSTVÍ PŘINÁŠÍ, JSOU DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE A JINÉ DOMÁCÍ VYBAVENÍ. VYPLYNULO TO Z PRŮZKUMU GE MONEY, KTERÝ SE USKUTEČNIL V 16 ZEMÍCH SVĚTA.

„V jedenácti zemích světa jsou peníze obvyklým svatebním darem. V Albánii se dokonce k tomuto zvyku váže vtip – dostat pozvánku na svatbu je stejné jako dostat pokutu, obojí musíte zaplatit. Na druhou stranu ve Švédsku, Británii nebo Indii svatebčané většinou svými dárky pomáhají novomanželům vybavit domácnost,“ komentovala výsledky průzkumu Markéta Dvořáčková, tisková mluvčí GE Money a přidala zajímavost: „V Turecku dostávají novomanželé jako dárek zlato – většinou zlaté mince, ale někdy také řetízky či jiné zlaté šperky.“

Průzkum GE Money ukázal, že zatímco například v Malajsii jsou peníze dárkem, který ke svatbě neodmyslitelně patří a dává se ve speciálním červeném balíčku, v jiných zemích o peníze snoubenci svatební hosty sami žádají. Například v Austrálii, Spojených státech nebo zemích západní Evropy (Francie, Německo) si novomanželé o peníze „řeknou“ spolu s pozváním na svatbu. V Belgii již dokonce mnozí snoubenci připsují na pozvánku číslo svého společného účtu.

V západní Evropě a anglosaských zemích je také obvyklé, že si snoubenci předvyberou svatební dary a jejich seznam zpřístupní svatebním hostům. Seznamy dáreků se buď umísťují na vybrané webové portály nebo přímo do obchodních domů, kde si snoubenci dárky vybrali. Tyto seznamy se začínají nově prosazovat například v Polsku nebo Koreji, ale v Rumunsku, Albánii či Chorvatsku by byly považované za něco nepřírozeného. Indičtí snoubenci sice nikde nevyvěšují oficiální se-

znam dáreků, které by si přáli, ale jejich přátelé a rodina si od nich vždy dopředu neformálně zjistí, jaké dárky by rádi dostali.

Podle průzkumu GE Money je také ve většině zemí světa neobvyklé, že by snoubenci sepisovali předmanželské smlouvy. V mnohých zemích, mezi které patří třeba Německo spolu s Chorvatskem, Indií, Polskem či Rumunskem, jsou předmanželské smlouvy dokonce vnímány jako něco neromantického, co by mělo být svatbě cizí. V anglosaských zemích jsou předmanželské smlouvy běžnější mezi movitějšími snoubenci, kteří si chtějí upravit své majetkové poměry. Předmanželské smlouvy jsou ale obvyklé i ve Švédsku nebo Koreji. „Korejci jsou velice praktickým národem. I předmanželská smlouva je pro ně nástrojem, jak se připravit na nečekané a nepředvídatelné okolnosti, které by mohly v budoucnu přijít,“ vysvětlila Markéta Dvořáčková.

Ke svatbám ve vyspělých ekonomikách již nepatří ani tradiční pojetí věna. „Je tomu tak do jisté míry i proto, že mladí lidé spolu bydlí často už před svatbou. Dříve obvyklý účel věna – vybavení nové společné domácnosti – v takovém případě ztrácí smysl. Naopak v tradičních zemích jsou věna stále součástí svatebního rituálu. Platí to o Číně, Malajsii, Turecku, Albánii či Rumunsku. Ale i zde se věno začíná proměňovat. Nevěsty si již nepřinášejí do manželství povlečení nebo deky, ale ledničky, elektrické domácí spotřebiče, sedací soupravy či televizory,“ dodala Markéta Dvořáčková.

(tz)

Odborná konference IIR

25. – 26. listopadu 2008, Prague Marriott Hotel, Praha

## Setkání s významnými ženami českého byznysu

Získejte aktuální informace o společnostech nejvýznamnějších žen českého podnikání! • Základní kameny úspěchu žen manažerek! • Jak se prosadit ve světě mužů? • Praktické zkušenosti z byznysu očima manažerky! • Rozdíl mezi „mužským“ a „ženským“ stylem řízení

Mediální partneři konference:



Know how to achieve

Institute for International Research



an informa business

přihláška: [www.konference.cz](http://www.konference.cz) • tel.: +420 222 074 555 • fax: +420 222 074 524 • e-mail: [konference@konference.cz](mailto:konference@konference.cz)



# BECHEROVKA MÁ SESTRU

ZCELA NOVÝ PRODUKT, LIKÉR S NÁZVEM BECHEROVKA LEMOND, V ZÁŘÍ V PRAZE PŘEDSTAVILI ZÁSTUPCI SPOLEČNOSTI JAN BECHER – KARLOVARSKÁ BECHEROVKA, A.S. JEDNÁ SE O MLADŠÍ SESTRU SVĚTOZNÁMÉHO KARLOVARSKÉHO LIKÉRU, JEJÍŽ CHUŤ JE ZALOŽENA NA BÁZI BECHEROVKY ORIGINAL, ALE NABÍZÍ JEMNOU, SVĚŽÍ OVOCNOU CHUŤ A MĚNĚ PROCENT ALKOHOLU. PROTO JE PLNĚ V SOULADU S CHUTÍ ŽADANOU MLADŠÍ GENERACÍ SPOTŘEBITELŮ, PRO KTEROU JE PŘEDEVŠÍM URČENA.

„Na vývoji nového výrobku jsme začali pracovat už v roce 2003 v rámci dlouhodobé strategie omlazení značky Becherovka. Jsem rád, že jsme z několika možných konceptů zvolili právě Becherovku Lemond, která má podle posledních průzkumů velmi dobré ohlasy u spotřebitelů. Vysoký standard Becherovky Original a její historický odkaz nás zavazují k dodávání výrobků jen té nejvyšší kvality,“ uvedl Erik Čížek, marketingový ředitel společnosti Jan Becher – Karlovarská Becherovka, a.s. Becherovka Lemond je postavena na chuťové bázi Becherovky Original, avšak navíc je obohacena o ovocnou složku. Charakteristická je pro ni citrusová vůně a chuť. Jednou ze složek její receptury je velmi zajímavý citrusový plod

kumquat (Fortunella Hindsii), označovaný také jako trpasličí mandarinka. Patří mezi nejmenší citrusové plody, je jen 2–4 cm dlouhý, má výrazné aroma a pochází z Číny.

Becherovka Lemond je jemná, lahodná, s příjemnou dochutí a 20% alkoholu. Měla by tak uspokojit mladší konzumenty, pro něž jsou všechny uvedené atributy zajímavé. S tímto cílem byla také laboratoří v Karlových Varech a Centrálním vývojovým oddělením Pernod Ricard vytvářena. Provedené spotřebitelské testy ukazují, že se to povedlo.

Stejně jako Becherovka Original i Becherovka Lemond se vyrábí na jednom jediném místě, a to v Karlových Varech, a také její receptura je tajná.

Design lahve pochází z autorské dílny dnes již téměř dvorního designéra Karlovarské Becherovky, Angličana Martina Blunta. Ten s vědomím historického odkazu, který Becherovka má, vytvořil z charakteristické oválné lahve moderní, atraktivní, nadčasový obal nového výrobku. Lahev Becherovky Lemond je výsledkem kombinace dvou speciálních moderních technologií – tzv. coatingu, což je speciální povrchová úprava celé lahve vytvářející zamražený efekt, a přímo na lahev stříkané etikety. (tz)



## Vivantis koupil e-shop Obleceni.cz

Společnost Vivantis a.s., přední provozovatel internetových obchodů, vstoupil na trh s další komoditou – oblečením. Stala se novým majitelem e-shopu Obleceni.cz, který v České republice nemá v širší sortimentu konkurenci. Vhodně tak doplnila své stávající portfolio prodávaného zboží, kterým jsou šperky, hodinky, parfémy či kosmetika. Internetový obchod Obleceni.cz, jehož prodejní cena přesáhla 600 tisíc korun, projde v příštích měsících zásadní modernizací.

„Vstupu na internetový trh s oblečením jsme se dlouho bránili. Je to problematická komodita z důvodu často vráceného zboží bez možnosti dalšího prodeje. Na druhou stranu však ideálně navazuje na naše produktové skupiny jak cenovou hladinou, tak cílovou skupinou,“ sdělil Martin Rozhoň, ředitel společnosti Vivantis a.s., která již provozuje e-shopy Krasa.cz, Parfemy.cz, Sperky.cz či Hodinky.cz. „Musíme jít cestou mimořádně kvalitní prezentace zboží a doprovodných informací. Uvažujeme také o 3D modelech zboží. Technologie 3D scanneru je zatím příliš drahá a neumožňuje masivní nasazení, to se však může během několika měsíců změnit,“ doplnil M. Rozhoň, který počítá s návratností

investic v horizontu maximálně dvou let. Kromě zásilkových obchodů totiž dosud není v tuzemsku internetový obchod s komplexní nabídkou oblečení.

Do konce roku by mělo být obměněno více než tři tisíce položek, převážně neznačkového zboží. „V budoucnu se mnohem více zaměříme na zboží značkové, které budeme do naší nabídky doplňovat průběžně. Začlenili jsme již například značky Moira, Loap či novou kolekci od Litexu,“ uvedl M. Rozhoň. (tz)

**ECONOMY RATING a.s.**  
ekonomika, finance, řízení a strategie, poradenství, projekty EU

[www.economy-rating.cz](http://www.economy-rating.cz)

<ul style="list-style-type: none"><li>strategické analýzy potřeb v oblasti řízení a rozvoje lidských zdrojů</li><li>personální audit</li><li>nastavení a implementace strategie řízení lidských zdrojů</li><li>komplexní projekty financované ze SF EU „šité na míru“</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>komplexní poradenství pro tvorbu, maximalizaci a uchování hodnoty v podniku</li><li>rozvoj trvale udržitelných podnikatelských záměrů</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>řízení projektů</li><li>zpracování investičních pobídek</li><li>analýza příležitosti a dotační audit</li><li>zpracování projektů a žádostí o dotace</li><li>dotační management</li><li>školení žadatelů o dotace a příjemců dotací</li></ul>
<b>HRM</b>	<b>ŘÍZENÍ &amp; STRATEGIE</b>	<b>PROJEKTY A DOTACE</b>

info@economy-rating.cz  
+420 775 921 958

# JSEM ČLOVĚK POLITICKÝ, ale jako žena to mám v politice složitější

MARKÉTA REEDOVÁ PRACOVALA V LONDÝNĚ PRO VYDAVATELSTVÍ CORNHILL PUBLICATIONS, PO NÁVRATU DO PRAHY PRO ČESKOU REDAKCI SVĚTOVĚ PROSLULÝCH FINANCIAL TIMES. OD NOVINÁŘINY VEDLA JEJÍ CESTA K POLITICE. NEJPRVE NASADILA SVÉ SÍLY PRO EUROPOSLANCE JOSEFA ZIELENIECE. V ROCE 2002 BYLA ZVOLENA DO PRAŽSKÉHO ZASTUPITELSTVA, PO ČTYŘECH LETECH SVŮJ POST V ZASTUPITELSTVU V BARVÁCH STRANY SNK ED OBHÁJILA, A NAVÍC JI PRIMÁTOR PAVEL BĚM JMENOVAL NÁMĚSTKYNÍ S ODPOVĚDNOSTÍ ZA EVROPSKÉ FONDY, ANTIKORUPČNÍ OPATŘENÍ A ZAHRANIČNÍ VZTAHY.

**PO ROCE 1989 JSTE PODNIKALA, PRACOVALA V ZAHRANIČÍ, V PRAZE PRO PRESTIŽNÍ NOVINY. PROČ JSTE NAKONEC „SBĚHLA“ K POLITICE?**

V politice jsem se ocitla vlastně náhodou. Dostala jsem nabídku pomoci tehdy nově vznikající straně Evropští demokraté. No a po několika měsících jsem už byla zastupitelkou v Praze. Na druhou stranu, jsem člověk politický, takže do veřejné sféry bych se nakonec stejně dostala. Myslím, že po několika letech podnikání, zkušenostech z práce v zahraničí a novinářině, která byla politice blízko, nadešel správný čas zkusit ovlivňovat věci veřejné. I v politice se snažím držet témat, o která jsem se zajímala dříve. Snažím se například o to, aby pražská radnice byla otevřenější, přátelštější k občanům, efektivnější a podobně.

Markéta Reedová,  
náměstkyně primátora  
hlavního města Prahy



**ZNÍ TO DOBŘE, ALE ŘEKNĚTE KONKRÉTNĚ, CO SE VÁM PODAŘILO?**

Mám na starosti transparentnost veřejné správy a snažím se postupovat krok za krokem. Už je Pražanům k dispozici jednoduchý systém, jak upozornit na jednání úředníků, které podle nich mohlo být ovlivněno korupcí – Protikorupční portál.

Formulář portálu je na internetových stránkách hlavního města a lze ho jednoduše vyplnit a odeslat. Papírové formuláře jsou k dispozici u vstupů do magistrátu na Mariánském náměstí a v Jungmannově ulici nebo v budově hlavní pošty v Jindřišské, kde vyplníte lístek, který tam zároveň vhodíte do odpovědní schránky.

**KDYŽ SE MI NAPŘÍKLAD NEZDÁ V POŘÁDKU JEDNÁNÍ ÚŘEDNÍKŮ NA STAVEBNÍM ODBORU, VYUŽIJÍ PORTÁL?**

Přesně tak, váš podnět přijde na můj odbor, kde se mu věnujeme. Nemůžeme samozřejmě suplovat protikorupční policii, proto od nás podněty dostává k posouzení. Naší prací je tyto podněty vyhodnotit a zkusit změnit interní systémy na radnici tak, aby se daný případ nemohl opakovat. To samozřejmě nevylučuje ani personální změny. Ve stejné logice postupujeme všude: postupně elektronizujeme další magistrátní agendy. Čili, stále více směřujeme k tomu, aby klienti radnice mohli využívat při komunikaci s ní internet, pokud tedy chtějí.

Zároveň v návaznosti na Protikorupční portál hledáme slabá místa úřadu. Běží projekt Mapa korupčních rizik, jehož výsledkem by měla být expertní informace, co všechno musíme ještě udělat, abychom pokud možno vyloučili možnost korupce na pražské radnici. Chtěla bych upozornit, já nemohu stíhat kohokoliv za prokázanou korupci. Toto je úkol policie. Mým úkolem je, aby korupce na radnici měla minimální šanci.

**NA STAROSTI MÁTE I EVROPSKÉ FONDY. NYNÍ BYLA DOKONČENA PRVNÍ VÝZVA, V NÍŽ JSTE ČELILI AŽ NEČEKANĚ VYSOKÉ POPTÁVCE. JAK JSTE SE S NÍ VYPOŘÁDALI?**

Bylo to psychicky velmi náročné – tisíce hodin strávených konzultacemi, semináři a hodnocením projektů. Celý proces hodnocení trval sedm měsíců. Poptávka po evropských penězích totiž převýšila nabídku zhruba desetinásobně. Výsledkem jsou stovky schválených projektů, které pomohou modernizovat školství, pomohou při hledání práce lidem, kteří jsou nějakým způsobem znevýhodnění – starší věkové skupiny, ženy na mateřské dovolené, hendikepovaní lidé apod. Peníze míří také na kvalitnější profesní vzdělávání. Na druhé straně záro-

- veň stovky subjektů dotace nedostaly, přitom některé jsou na nich životně závislé. A to je podle mne jeden z problémů evropských fondů. Zahazuje se tu totiž řada aktivit, jejichž existence bude ohrožena v době, kdy už evropské peníze nebudou. Což v případě Prahy může být už brzy. Už teď má Praha k dispozici mnohem méně prostředků než ostatní kraje. Je tedy nutné být selektivní a dbát na smysluplnost a udržitelnost projektů i do budoucna.

### VYPADÁ TO, ŽE HODNĚ ŽADATELŮ MUSELO BÝT ZKLAMANÝCH, ŽE NEUSPĚLI. JAK DOKÁŽETE ZAJISTIT, ABY BYL PROCES VÝBĚRU FÉROVÝ A TRANSPARENTNÍ?

Samozřejmě nemůžeme uspokojit všechny, peněz je prostě málo a požadavků hodně. Každý projekt posuzují dva vyškolení externí odborníci, které automaticky vybírá počítač. Pokud se jejich hodnocení výrazně liší, vyžádáme si třetí posouzení. Projekty pak seřadíme podle dosažených bodů a takový seznam dostane dvanáctičlenný výbor, který ještě posoudí, zda byly vybrány opravdu ty nejvíce potřebné projekty, zda nemají nadhodnocené náklady a podobně. Seznam podpořených následně schvaluje Rada a Zastupitelstvo hl. m. Prahy.

Celý hodnotící systém po každé výzvě ještě jednou detailně prověříme a zkusíme vyčtyat drobné mouchy. Hlavně zanalyzovat, kam by se příští výzvy měly zaměřit, kde je největší potřeba. Ne z hlediska žadatelů, ale hlavně Pražanů. Systém je určitě správný – konec konců to potvrdil jak nezávislý auditor, tak Evropská komise. Ale jsem připravena přijmout jakékoliv změny, které by mohly proces hodnocení vylepšit.

### JSTE PŘIPRAVENA PŘIJMOUT TAKÉ KRITIKU?

Samozřejmě. Mimochodem, já dokonce vyzývám kohokoliv: dívejte se pečlivě na to, jak jsou evropské dotace využívány. Pokud zjistíte, že nějaký projekt nefunguje, že se z evropskými penězi plýtvá nebo jsou používány v rozporu s podstatou daného projektu, upozorněte na to. Například pomocí Protikorupčního portálu.

### OTOČME LIST. JAK SE VÁM DAŘÍ SKLOUBIT POLITIKOU S RODINOU?

Možné to je, jinak bych z politiky odešla. Mám desetiletého syna, který je pro mě důležitější než honba za funkcemi. Z mého pohledu je jasně viditelné, proč je politika doménou mužů. Být náměstkyní primátora, to samozřejmě není práce od osmi do pěti odpoledne. A k tomu si přičtete všechna politická grémia, předsednictva či výkonné rady. Jinými slovy, mohla bych odjet ráno v sedm a vrátit se před půlnocí. Zatímco muži to tak mohou praktikovat, ženy jen velmi obtížně.

### CO S TÍM?

Určitě nepomohou kvóty nebo podobné formy pozitivní diskriminace. Jak by se změnilo postavení žen díky tomu, že by jich bylo v politice více, ale s pachutí vynucené výhody? Obávám se, že v tomto případě pomůže snad společenská evoluce, tlak voličů, kteří budou chtít více žen v politice.

Nejsem feministka, ale faktem je, že se vyplatí mít v politice ženy. Přece jenom se na věci díváme trochu jiným pohledem. Konec konců, není až poněkud trapné, když pouze muži rozhodují o principech rodinné politiky nebo o penězích jdoucích na podporu dětí? Neměly by u toho být právě ženy, které tato i jiná témata znají mnohem více?

### ŽENY V MANAŽERSKÝCH POZICÍCH SE ČASTO CÍTÍ TAK TROCHU UKŘIVDĚNÉ A RÁDY BY URČITÉ VÝHODY, VÍCE POCHOPENÍ, MOŽNÁ I SPOLEČENSKÉHO OCENĚNÍ. JAK SE NA TO DÍVÁTE?

Rozumím takovým steskům, v politice však nic takového chtít nemůžu. Co ovšem můžu, je pokusit se napomáhat tomu, aby ženy měly lepší možnost uplatnění. Například zmíněné evropské peníze pomohou mnohým projektům, které míří právě tímto směrem. ►







- ▶ Zároveň se snažím vytvořit neformální networking evropských regionálních političek, které by si vyměňovaly zkušenosti, návody na řešení složitých otázek dneška a díky tomu se mohly výrazněji prosadit ve své zemi. Právě v hledání takových řešení vidím cestu dopředu.

#### **A CO TŘEBA MÓDNÍ BUTIKY, KOSMETIKA? PATŘÍ TO KE KAŽDÉ ŽENĚ, AŽ PRODÁVÁ ZELENINU, NEBO VYSTUJUJE ZA ŘEČNICKÝM PULTEM. NAJDETE SI ČAS?**

No samozřejmě. Mám módu ráda jako každá žena, navíc v mém povolání je upravený zevnějšek podmínkou. Konec konců, kolik procent úspěchu v dnešním mediálním světě tvoří forma a kolik samotný obsah? Já se obávám, že forma čím dál více vítězí nad obsahem. Je to smutné, ale ve volbách často už není potřeba zaujmout idejemi, důležitější je kvalitní fotografie, úsměv, dobře padnoucí sako nebo kostým. Nejsem si jistá, zda by měl v současné době šanci třeba Winston Churchill.

#### **OSTATNĚ – JSOU NĚJAKÁ ZVLÁŠTNÍ PRAVIDLA OBLÉKÁNÍ SE NA MAGISTRÁTU? NEBO MŮŽE NĚKDY NÁMĚSTKYNĚ PRIMÁTORA PŘIJÍT I V DŽÍNSÁCH A TRIČKU?**

Pravidla oblékání pro náměstky či radní nejsou, ale v zásadě respektujeme business pravidla. Někdy v pátek, když nemám žádné důležité jednání, dovolím si využít neformální oblečení stejně jako ostatní kolegové. V tento den je totiž možné nosit neformální oblečení, podobně jako v některých bankách a podnicích. Nicméně jelikož mám na starosti zahraniční vztahy Prahy, většinu času strávím v kostýmu nebo šatech. Přijímám totiž nejen zahraniční delegace, ale také nově jmenované velvyslance. To jsou akce, na kterých jsou daná jasná pravidla oblékání.

#### **HODNĚ SE HOVOŘÍ O PRÁCI Z DOMOVA – V NĚKTERÝCH PROFESÍCH JI UPLATNIT LZE, V JINÝCH NIKOLI. JAK JE TO U VÁS? MŮŽETE TŘEBA JEDEN DEN V MĚSÍCI ZŮSTAT DOMA A PROMÝŠLET URČITÝ PROJEKT, ZADÁNÍ, NÁPAD?**

Jde to méně, než bych potřebovala. Už jsem zmínila řadu ceremoniálních povinností. K tomu si přičtete každé úterý a pátek, kdy se schází Rada hl. m. Prahy. V pondělí mám sérii porad se svými podřízenými, v průběhu týdne samozřejmě řadu dalších schůzek. Sečteno, podtrženo, na koncepční uvažování je čas spíše po večerech, případně o víkendu. Ovšem to jsou zároveň chvíle, které radši věnuji synovi než práci. Nedokážu si představit, že bych nerelaxovala, ať již na kole, na bruslích, nebo prostě kdekoliv se synem.

#### **HOSPODAŘENÍ S ČASEM – URČITĚ MÁTE SVŮJ OSOBITÝ PŘÍSTUP. JAK JÍM NEPLÝTVAT?**

Mám jednu základní mantru: pokud si člověk nedokáže udělat čas sám pro sebe, nemůže být v práci efektivní. Musím prostě pracovat tak, abych měla i volné chvíle. Od toho se všechno odvíjí. Například kratší porady, snažím se jít rychle za cílem atd. Ovšem ne vždy se mi to podaří, státní správa je totiž z definice navyklá na zdlouhavá jednání a nekonečné diskuze. Je zvláštní, že jsou ženy často obviňovány z upovídánosti, ale v politice je to téměř naopak. Jsou to především muži, kteří se vyžívají v nikdy nekončících únavných debatách bez jasných cílů. Možná je to tím, že na ně doma nečeká druhá směna. Takže i v tomto směru je ženský přístup v politice přínosný.

připravila Eva Brixí   
foto: archiv redakce

# K ZALOŽENÍ FIRMY JE DNES

## potřeba 21 dokument a hodně trpělivosti

PŘESTOŽE SE NĚKTERÉ ADMINISTRATIVNÍ KROKY V SOUVISLOSTI S PODNIKÁNÍM POSTUPNĚ U NÁS ZJEDNODUŠUJÍ, STÁLE JICH JE TOLIK, ŽE TO SOUDNĚMU ČLOVĚKU JEN A JEN OTRAVUJE ŽIVOT, UBÍRÁ NA ENERGII I DOBRÉ NÁLADĚ. UVAŽUJETE-LI TEDY O ZALOŽENÍ VLASTNÍ FIRMY, VÁŽENÉ ČTENÁŘKY, NENECHTE SE ODRADIT A BOJUJTE! PRO VAŠI LEPŠÍ ORIENTACI PŘINÁŠÍME INFORMACE, KTERÉ SE JISTĚ K TOMUTO KROKU HODÍ; ANEBY – SVĚŘTE ZALOŽENÍ VAŠÍ BUDOUCÍ SPOLEČNOSTI ODBORNÍKŮM, UBYDOU VÁM STAROSTI A UŠETŘÍTE SVŮJ DRAHOCENNÝ ČAS.

K založení firmy je v současnosti nutné vyřídit celkem 21 dokument. Začínajícího podnikatele přitom čeká zhruba 14 návštěv na nejméně 9 různých úřadech nebo institucích. I to je důvodem, proč si stále více lidí nechává zakládat svoje firmy u specializovaných společností. Této možnosti například využil každý 14. podnikatel, který vloni zakládal firmu. Vyplývá to z analýzy, kterou zpracovala firma Společnosti Online, nejvýznamnější poradenská společnost v oboru zakládání a prodeje firem na klíč.

Výpis z katastru nemovitostí, výpisy z rejstříku trestů, podpisový vzor jednatele, prohlášení správce vkladů, doklad z banky o založení bankovního účtu a vložení vkladů, formulář ohlášení živnosti, v případech vázané koncese pak dále doklady o odborné způsobilosti, doklady potvrzující praxi v oboru a další. To je jen malá část dokumentů, které musí začínající podnikatel získat a vyplnit jen proto, aby si mohl založit firmu. V případě zakládání s.r.o. jich je ve výhledu minimálně jednadvaacet.

Podle údajů Hospodářské komory ČR je podnikání v České republice regulováno 200 zákony a 300 podzákonými právními předpisy. K nejkomplicovanějším krokům v podnikatelském životě pak patří paradoxně i samotný vstup do podnikání. Kromě administrativní náročnosti v podobě velkého množství dokumentů je velkou překážkou také orientace v materiálech samotných. „V rámci založení firmy je potřeba vyplnit v požadovaných dokumentech více než 600 údajů. Stačí přitom udělat jedinou chybu ve vyplňování a úředník je pak nucen dokument vrátit zpět jako nevyhovující a termín pro zapsání společnosti se výrazně prodlužuje. Málokterý začínající podnikatel zvládne založit firmu bez odborné pomoci,“ uvedl Petr Mála, ředitel Společnosti Online.

„Začínající podnikatel dnes nedostává do rukou jeden či dva předpisy, se kterými se má seznámit a řídit se jimi, ale množství generálních i speciálních předpisů. Nikdy nemůže mít jistotu, že vyhověl všem zákonným náležitostem, neboť vedle obecného právního předpisu mohl být vydán ještě jiný specifický předpis. Ten, kdo chce začít s podnikáním, by měl dostat seznam jasných a jednoznačných podmínek, které musí splnit,“ vysvětlil Jaromír Drábek, předseda Mezinárodní obchodní komory v České republice (ICC ČR).

Podle nedávného průzkumu agentury INCOMA Research bylo v loňském roce založeno přes 27 tisíc nových firem. Více než 2000 jich bylo založeno na klíč, což znamená,

že této služby využil téměř každý 14. podnikatel, který se v loňském roce rozhodl založit firmu. „Zájem o založení firmy na klíč roste každým rokem. Loni jsme založili přes 720 firem, letos registrujeme zvýšení poptávky o 50 %. Mění se také skladba zákazníků. Zatímco v minulosti tvořili naši klientelu převážně právníci, poradenské a developerské firmy, letos jsme zaznamenali růst zájmu především ze strany začínajících podnikatelů a živnostníků,“ dodal Petr Mála.

### Seznam institucí, které je nutné navštívit v rámci založení firmy:

- živnostenský úřad
- katastrální úřad
- finanční úřad
- obchodní rejstřík
- rejstřík trestů
- notář
- zdravotní pojišťovna
- Česká správa sociálního zabezpečení
- banka

Seznam dokladů potřebných pro založení s.r.o. (modelový příklad pro situaci, kdy se jedná o 1 jednatele s 1 vázanou koncesí)

#### 1. Společenská smlouva/zakladatelská listina

- originál společenské smlouvy / zakladatelské listy

#### 2. Žádost o výpis z živnostenského rejstříku (v případě 1 vázané koncese)

- formulář ohlášení živnosti
- originál společenské smlouvy / zakladatelské listiny (opakuje se)
- doklad o zaplacení správního poplatku
- čestné prohlášení odpovědného zástupce
- doklady o odborné způsobilosti
- doklady potvrzující praxi v oboru
- výpis z katastru nemovitostí / listina vlastnictví
- souhlas vlastníka s umístěním sídla společnosti
- výpis z obchodního rejstříku společnosti

#### 3. Návrh na zápis do Obchodního rejstříku

- návrh na zápis do OR
- prohlášení správce vkladů
- souhlas vlastníka s umístěním sídla společnosti
- společenská smlouva/zakladatelská listina (opakuje se)
- doklad z banky o založení bankovního účtu a vložení vkladů, potvrzení o složení vkladů
- výpis z živnostenského rejstříku
- výpis z rejstříku trestů (opakuje se)
- čestné prohlášení jednatele, že jsou plně způsobilí k právním úkonům, že splňují provozování živnosti, že splňují podmínky podle paragrafu 381 OZ
- souhlas vlastníka s umístěním sídla společnosti
- podpisový vzor jednatele

#### 4. Ohlašovací povinnost

- správce daně
- zdravotní pojišťovna
- správa sociálního a zdravotního zabezpečení

#### 5. Finanční úřad

- přihláška k registraci právnické osoby na FÚ
- výpis z obchodního rejstříku (opakuje se)
- potvrzení od banky o založení podnikatelského účtu (opakuje se)

(tz)

# DESIGN, KTERÝ LASKÁ OKO a hřeje srdce

DOBA JE JAKO STVOŘENÁ K TOMU, ABY SI LIDÉ VÍCE A VÍCE VYMÝŠLELI. AŽ V ROLI SPOTŘEBITELŮ NEBO V ROLI VÝROBCŮ ČI POSKYTOVATELŮ SLUŽEB. VŠICHNI VOLÁME PO KREATIVITĚ, OCEŇUJEME NÁPADY, PŘITOM JSME UVNITŘ SAMA SEBE HODNĚ KONZERVATIVNÍ. PARADOXNĚ, ABYCHOM USPĚLI MEZI OSTATNÍMI. VŠE NEOTŘELÉ, AČKOLI BÁJEČNÉ, MÁ TOTIŽ VŽDY SLOŽITĚJŠÍ CESTU K MASOVÉMU POCHOPENÍ A VYUŽITÍ. PŘESTO MAJÍ DESIGNĚŘI PLNĚ RUCE PRÁCE. ZADÁNÍ JSOU JASNÁ: UDĚLAT VŠE PROTO, ABY SE ZBOŽÍ LÉPE UPLATNILO NA TRHU, ABY BYLY MIXÉRY, POSTELE, MRAZNIČKY NEBO AUTA KONKURENCESCHOPNĚJŠÍ, PROVOKOVALY V TOM NEJOPTIMÁLNĚJŠÍM SLOVA SMYSLU.

O partnerství designu a značky Whirlpool vypovídá rozhovor s Jánem Živným, ředitelem marketingu Whirlpool CR:

**DESIGN VÝROBKŮ, ZEJMÉNA SPOTŘEBNÍHO CHARAKTERU, NABÝVÁ NA VÝZNAMU. DESIGN PRODÁVÁ, JE CHARAKTERISTICKÝM ZNAKEM ZNAČEK, MÁ ZA ÚKOL BUDIT KLADNÉ EMOCE, PŘINÁŠET PŘÍJEMNÉ POCITY. CO ZNAMENÁ V POJETÍ WHIRLPOOLU?**



Ján Živný

Whirlpool je jedničkou v oblasti bílé techniky a současně jedním z lídrů, kteří udávají trendy v designu domácích spotřebičů. Značka Whirlpool klade na design svých výrobků velký důraz. Zakládáme si na tom, že nejen naše špičkové hi-tech modely, ale i výrobky v nižších cenových relacích mohou být designově zajímavé a lahodit oku spotřebitele. Stále máme na paměti ale i to, že design musí jít ruku v ruce s funkčností našich výrobků, špičkovými technologiemi, energetickou úsporností, ale třeba i požadavkem na ergonomii.

Společnost Whirlpool má vlastní designové oddělení, kde se tým vývojářů a designérů denně zabývá nejrůznějšími pokrokovými řešeními. Nasloucháme také samotným zákazníkům, jejich potřebám a přáním. Hodně investujeme do spotřebitelských výzkumů. Všechny designéřské projekty společnosti Whirlpool mají svůj základ v reálném světě. Speciální tým navštěvuje domácnosti po celé Evropě, snaží se seznámit s jejich spotřebitelských chováním. Tak získává inspiraci pro nové projekty. Funguje zde dokonce jakýsi interdisciplinární tým složený z designérů, techniků, ale i psychologů a sociologů. Tento tým neustále přezkoumává a testuje zažité představy o fungování domácnosti a hledá nová, nekonvenční řešení.

V oblasti designu už značka Whirlpool nasbírala řadu ocenění. Loni například za projekt s názvem In Home, který odrážel právě ony různorodé nároky uživatelů na domácí spotřebiče. Nejčerstvějším oceněním je pak zlatá medaile za design ekologické kuchyně GreenKitchen, kterou Whirlpool získal začátkem října v San Franciscu.

**JAKÝ TREND VE VÝVOJI DESIGNU LZE VE SPOTŘEBIČÍCH VAŠÍ ZNAČKY POZOROVAT?**

Aktuálním designovým trendem, který Whirlpool chystá pro rok 2009, je nová designová linie Carisma. Jde o nový de-

sign volně stojících spotřebičů značky Whirlpool, který se vyznačuje italskou elegancí, čistými liniemi a měkkými křivkami a současně maximálním uživatelským komfortem. Prvními vlaštvkami v novém designu Carisma, které se již na českém trhu prodávají, jsou mikrovlnné parní trouby nové generace Jet Chef a Family Chef. Nová parní pračka AquaSteam 9700 v designu Carisma se na trhu objeví těsně před Vánoci.

Dokonalým příkladem toho, kam design značky Whirlpool směřuje do budoucna, je již zmíněný koncept ekologické kuchyně GreenKitchen. Jedná se o novou důmyslnou koncepci kuchyně budoucnosti, která vychází z koloběhu přírody a funguje na principu ekosystému. Podstatou této „zelené kuchyně“ je dokonalá souhra všech integrovaných spotřebičů, díky nimž lze optimalizovat spotřebu zdrojů. Na první pohled se GreenKitchen velmi podobá „normální“ kuchyni. Od běžné kuchyně se ale odlišuje – a to úsporou výdajů za energie až o 70% a přeměnou až 60% vody a tepla vytvořených spotřebiči. Tato energie pak může sloužit k napájení jiných spotřebičů nebo funkcí v ekologické kuchyni. Tak lze například teplo vyvíjené chladničkou využít k výrobě horké vody pro myčku nádobí. Tzv. herbárium, prostor s regulovaným vnitřním klimatem, umožní celoroční pěstování bylinek v domácích podmínkách. Varná deska Freestyle při



Design budoucnosti – ekologická kuchyně GreenKitchen, jejíž uvedení plánuje Whirlpool v horizontu několika příštích let





Designové provedení Carisma mají i nové mikrovlnné trouby Whirlpool – na fotografii multifunkční parní mikrovlnná trouba JT 369 SL se 6. smyslem

- ▶ vaření zahřívá jen požadovanou plochu podle typu hrnce. Sporák H2O zase zaručí vaření s minimální spotřebou vody. Moderní filtrační jednotka kuchyně GreenKitchen recykluje vodu. Design kuchyně GreenKitchen je skutečně futuristický a neotřelý a na trh by měl být uveden v horizontu několika let.

### KDO REAGUJE NA VZHLED VÝROBKŮ VÝRAZNĚJI – MUŽI, NEBO ŽENY?

Na vzhled spotřebičů kladou obvykle větší důraz ženy, muži sledují spíše technické parametry, spotřebu energií, životnost, cenu výrobku, návratnost investice. Na druhou stranu přibývá mužů, pro které je zajímavé designové řešení stejně důležitým kritériem jako ostatní výše jmenované parametry. Z mužů se zkrátka stávají stále větší estéti.

### JSOU NĚKTERÉ SPOTŘEBIČE, VIDĚNO OČIMA DESIGNÉRŮ, TYPICKY „ŽENSKÉ“?

O typicky ženském či mužském designu se v případě spotřebičů asi nedá úplně mluvit. Myslím, že rozhodující je hlavně vkus spotřebitele, bez ohledu na to, zda jde o muže, či ženu. Někdo má rád čisté linie, minimalistické pojetí, klasiku, jiný dává přednost avantgardnímu designu či atypickému barevnému provedení. Občas se sice vyskytnou ojedinělé vlastovky, jako například pračka pro muže, to jsou ale spíše takové designové lahůdky než nějaký masový trend.

### BARVY – VÝRAZNÝ PRVEK, KTERÝ SI PODMAŇUJE NAŠE OČI. PODLÉHÁ MÓDNOSTI, PŘESTO NAPŘÍKLAD PRAČKY, CHLADNIČKY, MRAZÁKY JSOU STÁLE NEJČASTĚJI ŽÁDANÉ V BÍLÉ. ČÍM TO JE? JE ZVYK A NEPSANÉ PRAVIDLO PŘÍJEMNOSTI TOLIK ROZHODUJÍCÍ? JE TO CHÁPÁNÍM BÍLÉ JAKO BARVY ČISTOTY?

Zrovna u chladniček to tak úplně neplatí, trendem poslední doby jsou spíše chladničky v nerezovém provedení, které se prodávají o něco více než ty bílé. U ostatních spotřebičů je to dáno hlavně asi určitou tradicí. Zákazníci zkrátka upřednostňují klasiku před barevnými výstřelky. A jak jste sama řekla, barvy podléhají diktátu módy, barevné trendy jsou pomíjivé a mění se i několikrát ročně. Což třeba u oblečení nevádí, ale zrovna v případě domácích spotřebičů,

kteří mají životnost mnohem delší než jen jednu sezonu, to nemusí být výhra. Představa, že si pořídím třeba žlutou pračku, která mě za rok přestane bavit... Zatímco u bílé, „klasiky“ okoukanost asi tolik nehrozí.

### KTERÁ KATEGORIE PRODUKTŮ Z VAŠÍ NABÍDKY JE NEJVÍCE STŘEDEM POZORNOSTI DESIGNÉRŮ?

To se takto zobecnit nedá. Whirlpool celosvětově spolupracuje s řadou renomovaných designérů a ti se realizují ve všech produktových skupinách značky Whirlpool včetně příslušenství ke spotřebičům. Z poslední doby bych zmínil například spolupráci Whirlpool s návrhářem Samem Hechtem, který vytvořil designovou sérii zapékačích misek určených speciálně pro naše nové elektrické trouby se 6. smyslem a současně pro myčky s unikátní technologií PowerClean. Designérka Rita König zase navrhla neobvyklý barevný polep symbolizující páru, který je určen pro parní pračku AquaSteam. Dlouhodobá a osvědčená je spolupráce s italským módním návrhářem Antoniem Berardim. Ten pro Whirlpool vytvořil například limitovanou sérii osvěžovače šatů prêt-à-porter v luxusním koženém provedení nebo designový šálek s podšálkem speciálně určený pro chladničku side-by-side espresso se zabudovaným kávovarem.

### CO MŮŽEME OČEKÁVAT DO BUDOUČNA – MYSLÍTE, ŽE DESIGN NĚČÍM PŘEKVAPÍ, ŽE BUDOU VÝROBKÝ JEŠTĚ VLÍDNĚJŠÍ, VZHLEDOVĚ POZORUHODNĚJŠÍ, ANIŽ TO UBERE NA ERGONOMII, UŽITEČNOSTI APOD.?

Design domácích spotřebičů se samozřejmě stále vyvíjí, sleduje trendy a bourá hranice. Navíc přichází nová krev, mladí designéři, které baví objevovat dosud neobjevené, využívat netradiční materiály, barvy, tvary. Ke spotřebnímu designu si čas od času „odskočí“ i umělci z jiných oblastí, třeba renomovaní módní návrháři, výtvarníci apod. Myslím, že je na tom láká právě to spojení designu a zároveň praktičnosti a funkčnosti spotřebiče. Další překvapení v designu bílé techniky se proto v budoucnu určitě dočkáme!

### MOŽNÁ BY NÁROČNĚJŠÍ ZÁKAZNÍK RÁD VZHLED SVÉ CHLADNIČKY, MYČKY, PRAČKY NEBO MIKROVLNKY DOTVOŘIL SÁM? JE ŠANCE POSKYTNOUT MU PROSTOR K TOMU, ABY MOHL ZVÝŠIT PŘIDANOU HODNOTU „SVÉHO“ VÝROBKU NĚJAKOU DROBNOSTÍ? TŘEBA SI NESMAZATELNĚ NAPSAT NA DVEŘE CHLADNIČKY SLOGAN O ZDRAVÉ VÝŽIVĚ, TRVALÝ VZKAZ MANŽELOVI, DESÁTERO DIETNÍCH BODŮ... NEBO CITÁT, VTIP, NÁZOR...

To jsou skvělé nápady! Pokud vím, tak existují firmy, které se pokoušejí tyto nápady uvést v život – např. výrobce speciálních barevných polepů na chladničky s rozmanitou grafikou, kterou si dokonce může zákazník navrhnout sám. Každopádně je to ale stále hodně okrajová záležitost, spíše bych řekl taková třešinka na dortu. Český zákazník je totiž stále hodně konzervativní a dává přednost klasice – bílému nebo nerez provedení spotřebičů. Barevné spotřebiče jsou sice zajímavé, designově neotřelé a řada výrobců bílé techniky je má v nabídce, žebříčky prodejnosti ale rozhodně nelámou.

**za prima rozhovor poděkovala**  
**Eva Brixi**



Italský módní návrhář Antonio Berardi se značkou Whirlpool dlouhodobě spolupracuje. Na snímku s americkou chladničkou side-by-side espresso se zabudovaným kávovarem, pro niž vytvořil speciální designové šálky na kávu.

# ŽE JEDNOU BUDE LÉPE...

OBZOR ZLÍN PATŘÍ MEZI VELMI VITÁLNÍ DRUŽSTEVNÍ ORGANIZACE, KTERÉ SE DOBRĚ DOKÁZALY PŘIZPŮBIT TVRDÝM POŽADAVKŮM TRHU. K TOMU JEŠTĚ OBZOR PLNÍ DŮLEŽITOU SOCIÁLNÍ FUNKCI, KDYŽ ZAMĚŠTNÁVÁ OSOBY SE ZMĚNĚNOU PRACOVNÍ SCHOPNOSTÍ. VÍCE V ROZHOVORU S PŘEDSEDKYŇÍ DRUŽSTVA JANOU ŠMEHLÍKOVOU.

SORTIMENT VAŠEHO VÝROBNÍHO DRUŽSTVA MNE PŘEKVAPIL SVOU RŮZNORODOSTÍ. ZAHRAJUJE LEDASCOS OD DROBNÝCH VÝLISKŮ Z PLASTU PŘES ZDRAVOTNÍ POMŮCKY AŽ PO ELEKTROZAŘÍZENÍ. A TO NEPOČÍTÁM SAMOSTATNÉ VÝROBNÍ OPERACE, JAKO JSOU ŘEZÁNÍ, VRTÁNÍ, NÝTOVÁNÍ... MÁ SE TO BRÁT JAKO Z NOUZE CTNOST A NEBO NŮTNOST, CHCE-LI PODNIK V DNEŠNÍCH PODMÍNKÁCH PŘEŽÍT?

Určitě to v přežití pomáhá, na druhou stranu zase vyžaduje širší odbornost pracovníků, než kdyby se firma zaměřila pouze na jeden obor. Naše družstvo se prezentuje především jako výrobce elektrických přístrojů nízkého napětí, jako jsou vačkové spínače, malé koncové ovládače, domovní vypínače a zásuvky, brzdové vypínače, stěrací kartáčky k elektromagnetickým spojkám apod. Všechny jmenované výrobky se skládají z komponentů plastových, kovolisovaných s následným ohybem či vrtáním nebo děrováním a různých soustružených dílů.

Protože se jedná převážně o zakázkovou sériovou výrobu, je dnes kvalita samozřejmostí a naší konkurenční výhodou je rychlost dodávek. Variantní řada vačkových spínačů má až 7000 různých možností zapojení, které je třeba násobit řadou proudové zatížení pro 10 až 100 A. Dovedete si představit nutnost skladové zásoby jednotlivých dílů.

Obdoba je u domovních vypínačů a zásuvek, které sice mají typizované strojky, ale kryty vyrábíme ve velké barevné škále a jejich konstrukce umožňuje i barevné provedení kombinované do pruhů či s odlišným středem. A to nás

## OBZOR

přivedlo v minulosti ke zřízení vlastní vstříkolisovny, kovolisovny, automatárny a nástrojárny. Všechny provozy máme velmi dobře technicky vybaveny: vstříkolisy Engel, Arburg, některé doplněny roboty, dopravníky a barvicím zařízením, v nástrojárně máme hloubičky, drátovky a numericky řízené frézovací centrum.

ABYCH PŘIPOMNĚL, VYUŽÍVÁTE SLUŽEB ZDRAVOTNĚ POSTIŽENÝCH LIDÍ, COŽ JISTĚ VYTVÁŘÍ PŘINEJMENŠÍM DALŠÍ NÁROKY NA ORGANIZACI PRÁCE...

Zaměstnáváme celkem 400 osob (z nichž 68% má různá zdravotní postižení či znevýhodnění) ve čtyřech lokalitách: ve Zlíně, Uherském Hradišti, Olomouci a v Šumperku. Abychom zaměstnali i ty, kteří nemohou pracovat na strojích, museli jsme získat další montážní práce, např. jednoduchou kabeláž. Také montáž svorkovnic, a sem zapadají i lékovky – to jsou týdenní zásobníky léků v barevném provedení víček, s označením pro nevidomé a s potiskem dnů. Do zdravotních pomůcek patří i dentální dózy a termoionty. Spousta dalších výrobků vzniká rovněž z důvodu, že nechceme, aby drahá výrobní zařízení zůstala nevyužita.

Takže shrnuto a podtrženo – pro nás výhody i nutnost.

MŮŽETE SE POCHLUBIT VLASTNÍM VÝVOJOVÝM A KONSTRUKČNÍM ODDĚLENÍM. JAK VELKOU VÝHODU TO PŘINÁŠÍ OBZORU ZLÍN. A DOKÁŽETE JI DOBRĚ VYUŽÍT?

Pro každý podnik je výhodou, vyrábí-li především vlastní výrobky. K tomu je samozřejmě zapotřebí mít vlastní vývoj, ať už pro nové výrobky, anebo pro inovaci těch stávajících.

V dnešní době lze i vývojové práce zadávat externím organizacím, to ovšem není vůbec levná záležitost. Navíc pak je nutná velmi úzká spolupráce mezi vývojovou konstrukcí, konstrukcí přípravků a forem a v neposlední řadě s nástrojárnou, která realizuje výrobu nářadí a forem. Jsme opravdu rádi, že máme všechna tato oddělení v družstvu a v současné době dokonce v jedné budově. I když získání odborníků není dnes vůbec jednoduché.

Konstruktéři pracují se softwarovým vybavením Catia – nutné pro spolupráci s automobilovým průmyslem, kam dodáváme nemalé množství dílů, Solid works umožňuje snadnou konstrukci ve 2D a zároveň modelování ve 3D a taky návaznost výroby nástrojů.

Všechna tato oddělení a jejich činnost jsou pro nás konkurenční výhodou k získávání dalších zákazníků. Pokud dokážete vyrobit nástroje, snadněji pak získáte i výrobu plastových či kovolisovaných dílů. Takovým výsledkem je spolupráce s rakouskou firmou, která působí v obdobném oboru jako my – výroba signalizačních zařízení, jakými jsou houkačky, piezosummary, majáčky.

Ovšem nejlépe by bylo, kdybychom byli schopni vyrábět takové množství vlastních výrobků, aby to uživilo všechny naše zaměstnance, a nemuseli bychom přistupovat na stále přísnější a pro nás nevýhodné podmínky našich zákazníků.

PŘINÁŠÍTE PRÁCI HENDIKEPOVANÝM OSOBÁM. OCEŇUJE SPOLEČNOST, ŽE TĚMTO LIDEM DÁVÁTE SMYSLUPLNOU ŽIVOTNÍ NÁPLŇ, DOSTÁVÁTE VÝZNAMNOU PODPORU OD STÁTU A MÍSTNÍ SAMOSPRÁVY?

Osobně považuji za velmi dobrou podporu zaměstnavatelů s více než 50% zdravotně znevýhodněných pracovníků podle § 78 dle zákona o zaměstnanosti. Je to mandatorní výdaj, se kterým se dá počítat při plánování. ►

Jana Šmehlíková







ZNAČKA HERLITZ DOKAZUJE, ŽE KANCELÁŘE NEMUSÍ BÝT JEN SMUTNÝM A ŠEDIVÝM MÍSTEM. V TĚCHTO DNECH SE NA PULTECH OBCHODŮ OBJEVUJÍ NOVÉ PRODUKTY Z ŘADY HERLITZ KANCELÁŘ 2008/2009, KTERÉ DOSLOVA ZÁŘÍ BARVAMI.

## KANCELÁŘ ROZZÁŘÍ BARVAMI

V kanceláři strávíme nejméně jednu třetinu našeho dne. Proč si ji tedy nezařadit tak, aby v ní vše zářilo barvami a design věcí všedních přinášel potěšení, které nám dodá o špetku více energie, než jsme zvyklí?

„Výrobky značky Herlitz musí stoprocentně plnit svoji každodenní funkci. Na kvalitu a funkčnost je tedy při výrobě kladen veliký důraz,“ sdělil Ing. Ján Jackanič, marketing manažer značky Herlitz. „Neméně je ovšem pro nás důležitý jejich celkový vzhled a atraktivnost. Chceme, aby i pořadače, desky, bloky, pera či diáře plnily také funkci estetickou.“

V řadě Herlitz Kancelář 2008/2009 každý najde to, co je mu nejbližší. Řada World of Fruit jistě potěší milovníky šťavnatých plodů, které Herlitz využívá u nejčastěji používaných kancelářských potřeb – tedy u bloků, desek, pořadačů a boxů. Řada Colourful Days zase svými paste-

lovými barvami a decentním potiskem potěší každého, kdo se rád nechává unášet v obláčích. Naopak pro ty, kteří se chtějí odvázat o něco více, je připravena „drsnější“ série s názvem Ed Hardy.

Pro náročnější ženy, které chtějí mít svůj čas v roce 2009 pevně pod kontrolou, je určena nová kolekce praktických diářů – vybrat si můžete od klasické černé a hnědé barvy až po tyrkysově modrou a optimistickou oranžovou. Jejich velikost je naprosto praktická – uschováte je do každé kabelky.

V řadě Herlitz Kancelář 2008/2009 je pro každého něco. Zpříjemnit si pracovní den drobnostmi, na které se rádi díváme, už nemusí být tak namáhavé. Může to být třeba růžová sešivačka na papír či kanárkově žluté ořezávkto.

(tz)

► Méně můžeme počítat s podporou, kterou dostáváme na chráněné dílny od místně příslušných úřadů práce, která je nenáročná a závislá na prostředcích, kterými úřady práce disponují. Uvidíme, co nám přinesou změny dotační politiky a hrazení nemocenských dávek zaměstnancům po 1. lednu 2009.

Co se týká místních samospráv, tak zde bych uvítala, kdyby věděly, co všechno vyrábíme, a pokud takové výrobky potřebují, využily více našich dodávek nebo služeb.

V loňském roce jsme obdrželi ocenění jako jeden z nejlepších zaměstnavatelů zdravotně postižených od příslušného ministerstva.

Největším oceněním však je, že družstvo může zatím fungovat i v nelehkých tržních podmínkách, a přitom hendikepované zaměstnat. Snad tomu bude tak i nadále. Předem děkujeme za vstřícnou pomoc všech státních institucí. Bez pomoci bychom nemohli plnit své sociální poslání.

**ANI VÝROBNÍ DRUŽSTVO S TRADICÍ NEMŮŽE ŽÍT Z MINULOSTI. K JAKÝM NEJVĚTŠÍM ZMĚNÁM V OBZORU DOŠLO? A CHYSTÁTE DO BUDOUCNA NĚJAKÁ PŘEKVAPENÍ?**

V současné době uvádíme na trh inovovanou řadu vačkových spínačů VSN 10 až 150 A. Na letošním Ampéru jsme představili doplňky k domovním spínačům – bezdrátové ovládání, stmívač, krytí zásuvek IP 44, zásuvky pro centrální vysavače.



Již pár let funguje zcela nová činnost v družstvu – komerční spisovna, která slouží k ukládání spisů a archiválií živých podniků a institucí a pomáhá ukládat archiválie firem, které zanikají. Provádíme třídění, ukládání, k dispozici máme bádátelnu, vyhledáváme doklady a provádíme veškerou související činnost. Vše na základě povolení Státního zemského archivu v Brně.

Překvapení zatím zůstanou překvapením.

**MUŽI VE VRCHOLNÝCH MANAŽERSKÝCH FUNKCÍCH DRTIVĚ „VÁLČUJÍ“ I V DRUŽSTEVNÍM SEKTORU ŽENSKÉ PROTĚJSKY. MYSLÍTE, ŽE MAJÍ LEPŠÍ PŘEDPOKLADY K ŘÍZENÍ, SILNĚJŠÍ LOKTY, VÝHODU SETRVAČNOSTI MYŠLENÍ NEBO SE MOHOU STEJNĚ DOBRĚ PROSADIT ŽENY, ČEHOŽ MŮŽETE BÝT DŮKAZEM?**

Znám více žen, které jsou úspěšné v manažerských funkcích a nejsem zastánce emancipovaných žen. Ráda pracuji ve smíšeném kolektivu. A nemám pocit, že k získání uznání je třeba silných loktů. To byste taky mohli říci, že ženská má výhodu ostřejšího a rychlejšího jazyku. Každý máme své, a tak je to dobře.

**O ČEM PŘEDSEDKYNĚ DRUŽSTVA SNÍ?**

Že jednou bude lépe a nezáleží na tom, jestli tu ještě budeme my. Budou tu naše děti, vnoučata, která mi teď tady do toho psaní mluví a nedají se odbýt.

za odpovědi poděkoval Pavel Kačer





# OSVĚŽÍ VÁM VZDUCH

POTÉ, CO NA TRH ÚSPĚŠNĚ UVEDLA PRVNÍ HYPOALERGENNÍ OSVĚŽOVAČE VZDUCHU VE SPREJI AMBI PUR PURESSE, PŘEDSTAVUJE NYNÍ SPOLEČNOST SARA LEE NOVÉ PRODUKTY V TÉTO UNIKÁTNÍ A KE ZDRAVÍ OHLEDUPLNĚ ŘADĚ. NOVĚ JSOU K DOSTÁNÍ KLASICKÉ ELEKTRICKÉ OSVĚŽOVAČE VZDUCHU AMBI PUR PURESSE A AMBI PUR 3VOLUTION PURESSE.

Výrobky řady Puresse jsou přitom jedinečné tím, že jsou jako jediné na trhu hypoalergenní a mohou se chlubit prestižním oceněním celosvětově uznávané Britské alergologické asociace (BAF).

Nové elektrické osvěžovače, kterými Ambi Pur rozšiřuje řadu Puresse, jsou k dostání ve dvou odlišných variantách vůní – COTTON (bavlna) a AIR (svěží vzduch). Zároveň jsou, kromě formy ve spreji, k dispozici nově i ve dvou dalších typech osvěžovačů. Na trhu jsou klasické elektrické osvěžovače Ambi Pur Puresse, které



obsahují jeden parfém a lze u nich podle potřeby měnit intenzitu vonného účinku. Jedna vonná náplň vydrží až 80 dní. Dalším novým typem osvěžovače v řadě Puresse je Ambi Pur 3Volution Puresse. Ten obsahuje tři různé parfémové obměny základních vůní, které se harmonicky prolínají a samovolně se střídají po 45 minutách. Také Ambi Pur 3Volution Puresse nabízí možnost nastavit sílu účinku podle individuální potřeby a vydrží až 90 dní. Oba typy osvěžovačů se aktivují zapojením do elektrické zásuvky. (tz)

## FEJETON ČEŠTINU ZACHOVAT, NEBO OUTSOURCOVAT?

Někdy si doma připadám jako neznalý cizinec. Stává se mi to, bohužel, stále častěji a dojem z toho mám víc a víc zmatenější. Nechci teď mluvit o generačním problému, nemám na mysli vlastní profesi, již paradoxně rozumím stále méně, čím ji vykonávám děle. Rád bych napsal pár řádků o nástroji ke vzájemné domluvě, který používá každý, někdo lépe, jiný hůře. Tím, co se mi nelíbí, je český jazyk, lépe řečeno to, co z naší mateřštiny děláme. Jde to tak daleko, že se často ptám, jestli ještě používáme češtinu, zda se jedná o její upgradovanou či faceliftovanou verzi, nebo už jsme postoupili na level, který původní praotcův jazyk jenom vzdáleně připomíná.

Nedávno jsem otevřel odborný časopis, zaměřený do oblasti, která zní tak krásně „česky“ marketing. Budiž, s tímto cizím termínem jsem se už dávno smířil, i když ho mohu bez obav nahradit plnohodnotným výrazem podpora prodeje. A když už jsem udělal jeden ústupek, musím připustit i další. Příbuzné slovo marketér mi jde z huby ještě s větším odporem, ale nedá se nic dělat. Vyplývá z logiky věci, že marketingoví specialisté jsou prostě marketéři. Dobrá tedy, čtu dál a dojdou ke zřetězení několika slov, která by snad sama o sobě nevadila, ale v tom spojení vypadají obzvlášť odpudivě – absence efektivního marketingu. No ovšem, kde chybí marketér, tak očekávejte absence efektivního marketingu, to dá rozum.

Co dělat? Pokud chci být opravdu úspěšný, nemohu jinak než jako brand manager vědět, co znamená nejen absence efektivního marketingu, ale kompletní komunikační databáze, která oplývá mnoha úžasnými pojmy, z nichž se mi nejvíc líbí outsourcing. Ano, chce to především důsledně outsourcovat a patřit do kruhu. Mohu si při vyslovování této slovní perly sice překousnout jazyk, ale nic naplat, musím vzít na vědomí, že bez outsourcování nebudu in, ale jen politováníhodný a společensky bezcenný loser.

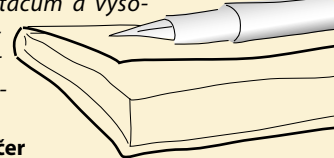
Už vás slyším, jak se mi snažíte vysvětlit, že situace nebude tak zlá. Dokážete mi, že s poangličťováním českých slov nebo počešťováním anglických výrazů se setkáváme tam, kde místo generálních ředitelů rozhodují CEO, že tento newspeak ovlá-

dá pouze kanceláře mezinárodních firem, kde se mísí zahraniční a domácí personál a kde se počítá v dolarech, a nikoli v korunách. Kéž byste měli pravdu!

Stále mám před očima pražského automechanika, který objevil v Annonci pod inzerátem na prodej motorového vozidla slovo email s podivným znaménkem @. Nedokázal pochopit, proč se majitel zmiňuje o nějakém zvláštním laku. Od té doby uběhlo 15 let, dost na to, aby se mohl spřátelit s elektronickou poštou a smířit se skutečností, že doručovatel už domů nikdy nepřinese telegram, který skončil jako outlet na smetišti dějin. Já vím, otevřeli jsme se světu a chceme rychle vyrůst z primitivních totalitních střevíků, s nimiž jsme došli akorát tak na nákupy do NDR nebo k plážím Balatonu. Chceme se postavit čelem ke globálnímu výzvam. Proto ve stověžaté matičce stavíme lighthousy a hypermarkety, u nich vytváříme rozlehlé plazzy a u Národního divadla roztomilé piazzety. Cizincům chceme vyjít vstříc natolik, že se už sami doma pomalu stáváme cizinci. Možná, že jen platíme daň za bouřlivý rozvoj. Počítače a internet nám dávají jasně najevo, že bez anglického jazyka nebo alespoň anglikanismů a z nich vyplývajících zkratek a novotvarů budeme jednou provždy ztraceni. Na chatu se komunikuje podle pravidel, jimž rozumí jen zasvěcení. Mobily nás naučily psát rychlé esemesky, ale taky se vyjadřovat zkratkovitě s pomocí několika titěrných tlačítek telefonu. K vyznání sympatií se už nemusíme namáhat s hledáním správných slov a citovým zabarvením hlasu. Stačí vyvolené osobě poslat smajlíka – a je vymalováno!

Aby mi bylo správně rozuměno, nechci se vracet k husímu brku a poštovním holubům. S chutí se seznamuji se vším, co představuje obrovský technický a civilizační pokrok. Ale kvůli mobilům, počítačům a výskému HDP se ještě nemusíme tak hloupě vzdávat našeho libozvučného rodného jazyka.

Pavel Kačer



# ZNÁMÁ KVALITA

v novém balení



PICKWICK JE PRO VĚTŠINU SPOTŘEBITELŮ SYNONYMEM VELMI DOBRÉHO A KVALITNÍHO ČAJE. TUTO POVĚST SI ROZHODNĚ ZASLOUŽÍ PRÁVEM, PROTOŽE FIRMA SARA LEE, VÝROBCE ČAJŮ PICKWICK, UŽ PŘES 200 LET DODÁVÁ NA TRH JEN TY NEJLEPŠÍ A ČISTĚ PŘÍRODNÍ ČAJOVÉ SMĚSI S BOHATOU A PLNOU CHUTÍ.

Nyní jde Pickwick ještě dál ve vstřícném přístupu k zákazníkovi. Své skvělé čaje totiž oblékl do zbrusu nových, uživatelsky příjemných a praktických obalů, které zdobí i nové logo. Při nákupu tak nyní každý spotřebitel rychle a pohodlně rozezná v regálu svou preferovanou značku a typ čaje – například zelený čaj Pickwick Green tea original lemon.

Nové obaly čajů Pickwick v sobě spojují pro oko příjemný, moderní a svěží design a zároveň výhodu snadného používání. Spotřebitel uvítá praktické odklápěcí víčko „flip top“, kterým se dá krabička snadno znovu uzavřít. Navíc, pokud je krabička s čajem umístěna na výšku, je možné z ní sáčky s čajem vyndávat i bez odklopení víčka – díky perforovanému otvoru na zadní straně. Na přední straně krabičky si zase rychle přečtete krátké informace o výhodách čajů v jednotlivých produktových řadách.

Spolu s novými obaly je na světě, jak již bylo zmíněno, i nové logo. Jeho svěží a optimisticky „prozářený“ vzhled a zelená barva evokují zákazníkovi pocit vysoké kvality a přirozenosti. „Nové logo a zvládnutá linie, která ho podtrhuje, zaručuje našim výrobkům konzistentní vzhled. Řada Pickwick tak v regálu na první pohled působí jako jemná, souvislá a nepřehlédnutelná vlna kvalitního čaje,“ vysvětlil Radek Plachý, Category and Trade Marketing Manager značky Pickwick. To samozřejmě mnohonásobně usnadní výběr a ušetří čas zákazníkovi, který se díky grafické jednotnosti obalů velmi rychle zorientuje v tom, kde hledat svou značku čaje.

Nové obaly oblékne Pickwick postupně – první v pořadí jsou od října čaje takzvaných „well being“ segmentů (zelené, bílé a bylinné čaje) v čele s „hlavním hrdinou“, čajem Pickwick Green tea original lemon. Následovat budou černé čaje v lednu 2009, ovocné čaje pak přijdou na řadu v dubnu 2009.

Hlavní cílovou skupinou jsou ženy ve věku 25–40 let, které vyznávají zdravý životní styl, jsou společenské a rády se učí nové věci.

Celá kampaň je postavena na sloganu „Známa kvalita, nové balení“.

(tz)



## To nejzdravější z přírody



### Biopotraviny

- vhodný životní styl
- nová cesta ke zdraví
- vaše lepší já

Maloobchodní řetězce COOP TUTY, COOP TIP a další vybraná maloobchodní síť prodejen COOP vám od konce minulého roku v rámci nového projektu BIO COOP nabízí téměř 75 druhů biovýrobků. Prodejny s tímto sortimentem jsou označeny samolepkou s logem Bio COOP a sloganem „To nejzdravější z přírody“.





... protože výsledek  
je důležitý



## CALIBRUM® PROFI

PRVNÍ MULTIVITAMIN VYVINUTÝ  
PRO DLOUHODOBOU VÝKONNOST

Nyní ve vánočním balení ve vybraných lékárnách.

Akce platí od 1.11.2008 do vyprodání zásob.

doplňěk stravy

[www.calibrumprofi.cz](http://www.calibrumprofi.cz)